

所管事項調査

重点プロジェクトアクションプランの進捗状況等について (少子化対策プロジェクト)

< 目 次 >	ページ
1 重点プロジェクトアクションプランの進捗状況について・・・	2
(1) 経済再生プロジェクト・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
(2) 少子化対策プロジェクト・・・・・・・・・・・・・・・・	12
(3) 新市役所創造プロジェクト・・・・・・・・・・・・	29
2 重点プロジェクトアクションプランの成果指標について・・・	38

1 重点プロジェクトアクションプランの進捗状況について

A low-angle photograph of a bronze statue of a samurai warrior, likely Minamoto no Yoritomo, holding a katana. The statue is set against a bright blue sky with wispy white clouds. A dark blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing white text.

(1) 経済再生プロジェクト

ア 重点テーマ

長崎市は、第五次総合計画、経済成長戦略及びまち・ひと・しごと創生総合戦略に基づくこれまでの取組みを踏まえつつ、「新たなまちの基盤」を活かしながら、まちに新たな価値を創造し、人や企業、投資を呼び込んでいく必要がある。

このため、経済再生を実現するにあたっては、「稼ぐ」、「人材」という視点から重点的に取組みを進める必要があり、本プロジェクトにおいては、「交流拡大」、「地場産業支援」、「新たな産業の創出」という3つの分野を軸に、地域間競争に勝ち抜けるアクションプランを検討する。

地場産業支援

交流拡大

稼ぐ × 人材

新たな産業の創出

経済再生

イ 取組体系（重点テーマと取組項目）

重点テーマ

A 交流拡大

A 1 受入態勢の充実

A 2 高付加価値化による消費単価の向上

A 3 戦略的なプロモーション

B 地場産業支援

B 1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上

B 2 人手不足対策

B 3 都市型水産業・農業の推進

C 新たな産業の創出

C 1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出

C 2 成長分野の強化

取組項目

A 交流拡大

A 1 受入態勢の充実

- 観光案内機能の整備
- インバウンド受入環境整備の高度化
- ワークেশョンの受入拡大
- 大規模集客施設立地等による効果の波及

A 2 高付加価値化による消費単価の向上

- 付加価値の高いコンテンツの造成 **長崎市版サステナブルツーリズムの推進**
- 観光客の知的好奇心を満たすストーリーの構築
- 長崎の魚の魅力発信と拠点づくり **長崎の魚を使った食の魅力の発信強化（すし等）**

A 3 戦略的なプロモーション

- 広域連携の推進と情報発信の効率化
- 出島メッセ長崎の活用・長崎スタジアムシティとの連携による交流拡大

B 地場産業支援

B 1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上

- 交流人口の回遊につながる仕掛けづくり
- 魅力ある商品の開発と広報支援
- 新たな販路開拓・営業力強化支援
- 商店街等のデジタル化支援
- コミュニケーション力の向上支援

B 2 人手不足対策

- 必要な人材の確保・育成 **企業連携型奨学金返還支援制度の創設・実施**
- 多様な人材の活躍促進 **職場環境の改善による女性の活躍促進**
- 働く環境の整備
- 生産性向上支援（人手不足対応）

B 3 都市型水産業・農業の推進

- 水産業・農業の担い手創出
- 農水産物の付加価値向上・販売力強化
- 省力化・効率化の推進
- 赤潮や自然災害に強い産地の育成

C 新たな産業の創出

C 1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出

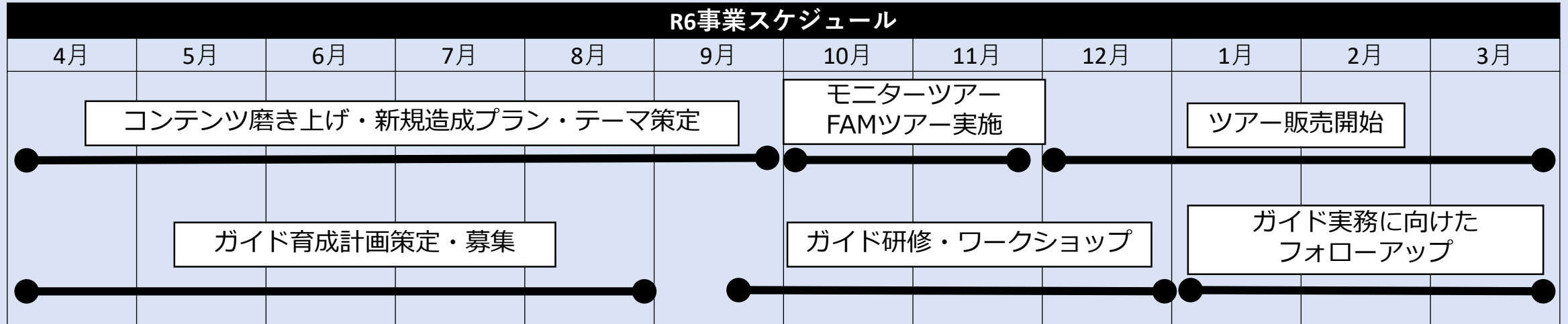
- イノベーションコミュニティ活性化 **コミュニティ創出・育成・拡大イベントの実施**
- 官民連携・新規事業プロジェクト創出
- イノベーション・グローバル人材育成
- スタートアップエコシステム強化

C 2 成長分野の強化

- 成長産業の誘致
- 企業の受入環境整備
- デジタル産業の強化
- 海洋産業の集積と育成支援
- 生命科学関連産業の育成支援
- 環境分野の地場企業振興
- 地場製造業の育成支援とリーディング企業の発掘・育成

1 事業概要

- 地域資源を活かしたテーマ設定に基づき、周遊エリアや参画する事業者の幅を広げ、長期滞在を促す付加価値の高い旅行商品を企画造成する。
 - (1) モニターツアーの実施（有識者の招聘）
 - (2) コンテンツ事業者会議（ワークショップ）
 - (3) ガイド育成



2 R6.10月末時点の進捗状況

- インバウンド有識者（3名招聘）によるコンテンツ視察及び意見交換会を行い、既存プランの課題点、磨き上げポイントを抽出し、事業者へのフィードバックを実施した。
- 「産業・平和」を中心コンテンツとする新規プランを造成し、海外の旅行会社（2社）を招聘したモニターツアーを実施した。
- 9月下旬より全4回のガイド研修を開始した。（研修参加者：20～70代、16名）

（インバウンド有識者によるコンテンツ視察の様子）



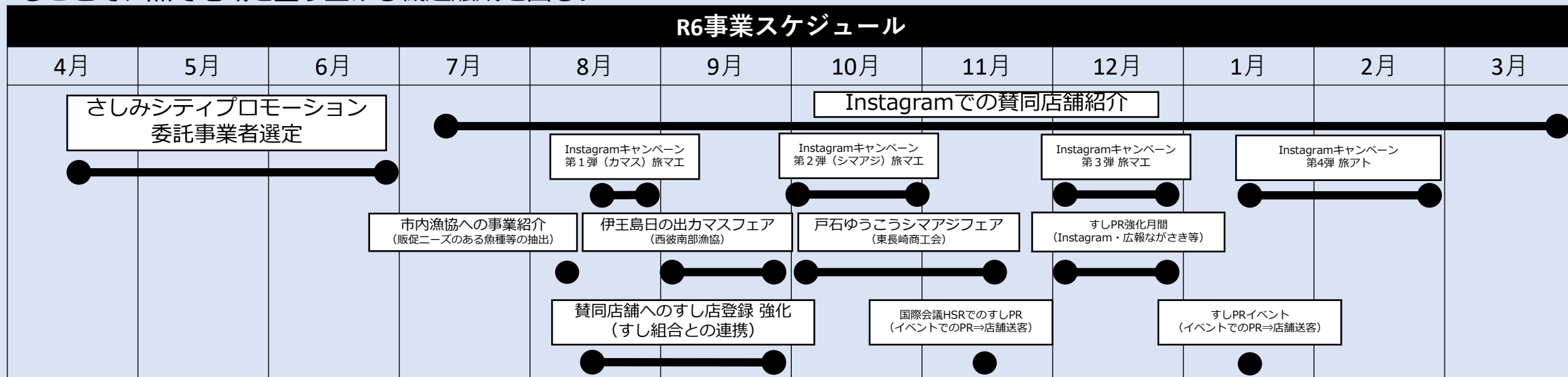
長崎の魚を使った食の魅力の発信強化（すし等）

A 交流拡大

A 2 高付加価値化による消費単価の向上

1 事業概要

- 新鮮な旬の魚をいつでも味わえる長崎の強みに焦点を当てた「さしみシティ」のロゴマークを軸に、長崎に魚の美味しい街のイメージ定着を図り、長崎の魚の消費拡大につなげるとともに、「すし」をアイテムに加え、消費単価の向上をめざす。また、長崎の魚を提供する飲食店「さしみシティ賛同店舗」をはじめ、「水産加工品」、「刺身醤油・お酒など関連商品」等、長崎の魚に関わる商品や事業者を顕在化することで、魚で地域を盛り上げる機運醸成を図る。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 長崎スタジアムシティに関心のある観光客をターゲットとし、Instagramキャンペーン「長崎へ魚を食べに行こう！」と題した長崎スタジアムシティとのコラボ企画を実施。
- 消費単価の向上、高付加価値化を見込める「すし」をターゲットとし、賛同店舗への登録や長崎の魚を使ったすしのイメージ写真の撮影、国際会議でのPRについて、すし組合と連携しPRの体制について調整中。
- 閑散期対策も意識し、1月に「すし」がテーマのイベントを調整中。イベント前の12月に情報発信強化やイベント後の店舗への送客に係る仕掛けを検討中。

【Instagram】

「長崎へ魚を食べに行こう！」
(伊王島日の出カマス)



【Instagram】

「長崎へ魚を食べに行こう！」
(戸石ゆうこうシマアジ・真鯛)

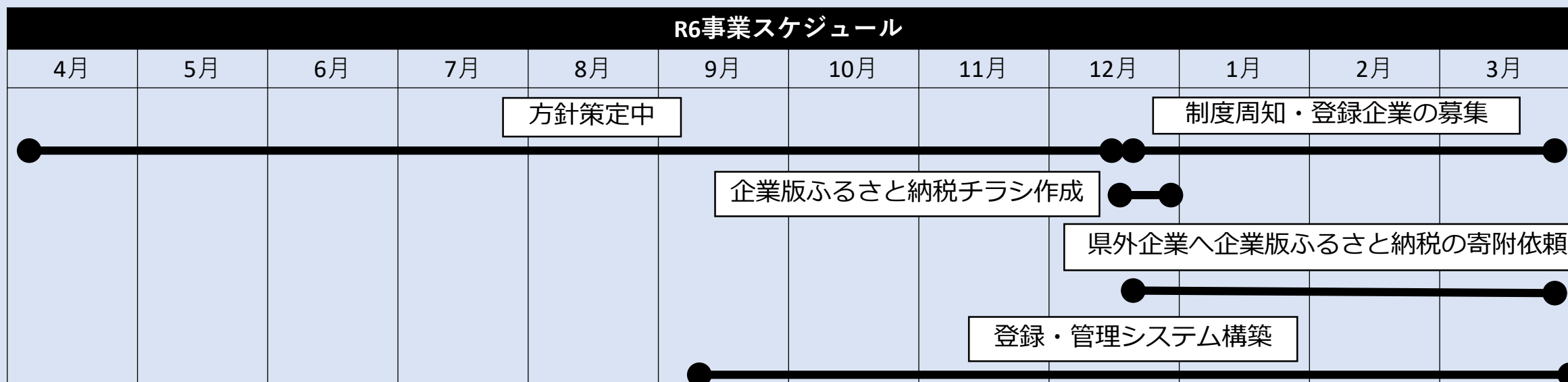


【すしイメージ写真】



1 事業概要

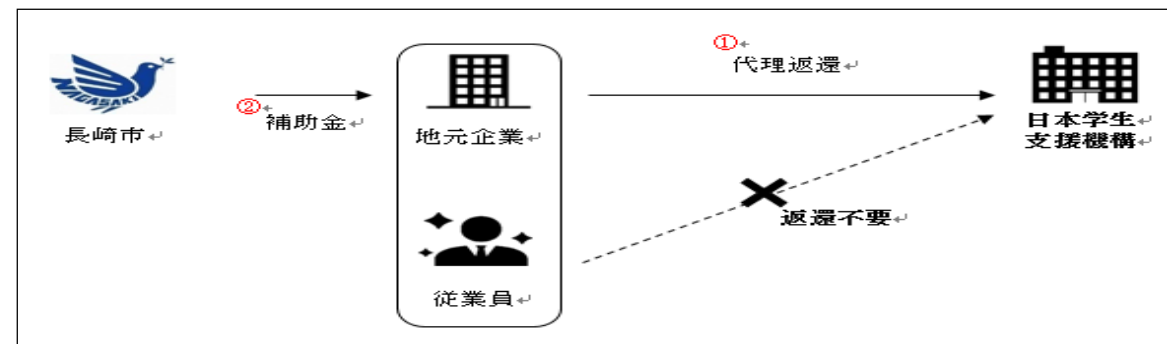
- 地元企業の人材確保支援を一層強化し、若年者等の地元就職・定着を促進する観点から、従業員への奨学金返還支援制度を有する企業を募集するなど、その一部を補助する奨学金返還支援制度創設のための準備を行う。
令和6年度については、県内企業に対する制度の周知及び連携企業の登録を実施し、令和7年度から事業を実施する。



2 R6.10月末時点の進捗状況

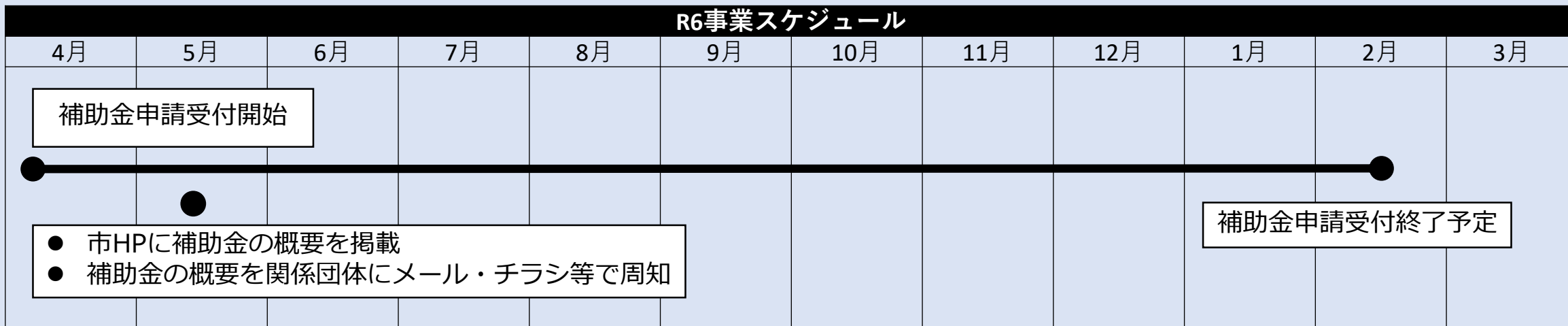
- 国の制度や他都市の実施状況、市内企業へのヒアリングを基に方針策定中
- 連携企業の情報発信の手法を検討中
※例：地元就職促進プロモーション事業「就活シェアル」
- 県外企業への企業版ふるさと納税のチラシ作成中
- 登録・管理システムの構築中

(制度イメージ図 一例)



1 事業概要

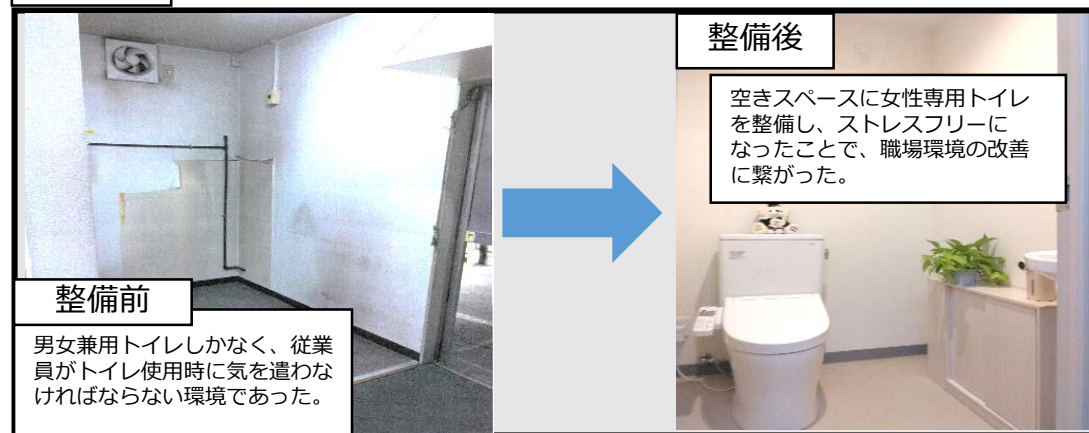
- 女性の就労促進及び活躍推進を図るため、市内企業における女性専用トイレや更衣室等の整備、女性管理職の育成、社内での研修・周知啓発など、女性のための職場環境改善に関する取組みに要する経費の一部を支援する。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 【申請件数】 5件
- 【整備内容】 女性専用トイレの整備3件、女性専用更衣室の整備2件
- 【予算執行率】 85.6%

施工例

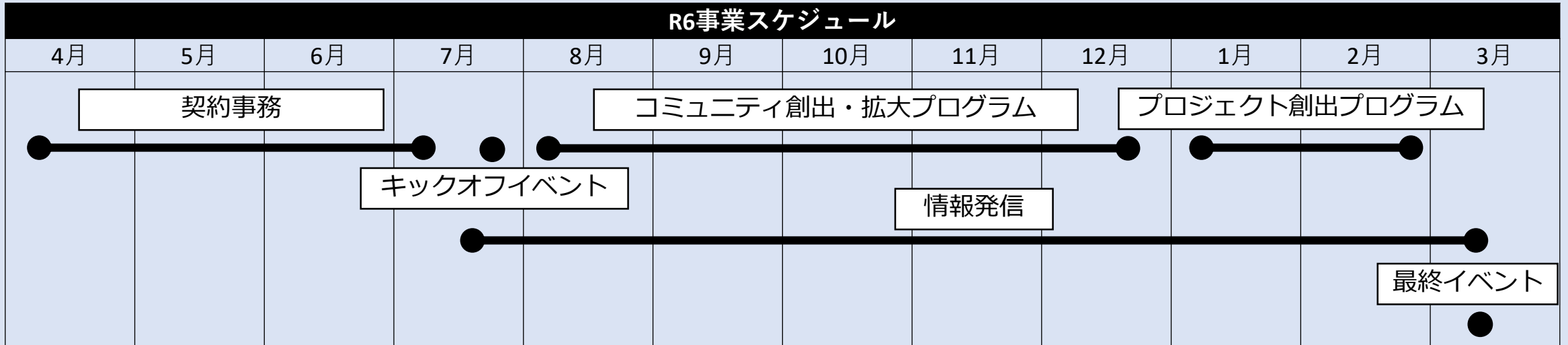


1 事業概要

- 地場企業を核とした新規事業創出を目指すコミュニティの創出・拡大を図るため、多様な主体との交流を促進するとともに、新規事業創出に向けたプロジェクトが継続的に創出・育成される環境を構築する。

以下、4つの業務を「ナガチャレプラス」と銘打ち一体的に実施

- 1 コミュニティ創出・拡大プログラム (計8回)
- 2 プロジェクト創出プログラム (計3回)
- 3 イノベーション創発コミュニティ育成に係る最終イベント
- 4 情報発信



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 7月末にナガチャレプラスキックオフイベントをオンライン開催し、今後のプログラムの内容等について説明を行った (約100名参加)。
- コミュニティ創出・拡大プログラムでは、新規事業に必要なスキルを学ぶ講座をオンライン開催中(計5回)。受講者は、2Dメタバース空間上で交流を行っている。
- イベント等の活動について、noteを活用し情報発信を行っている。

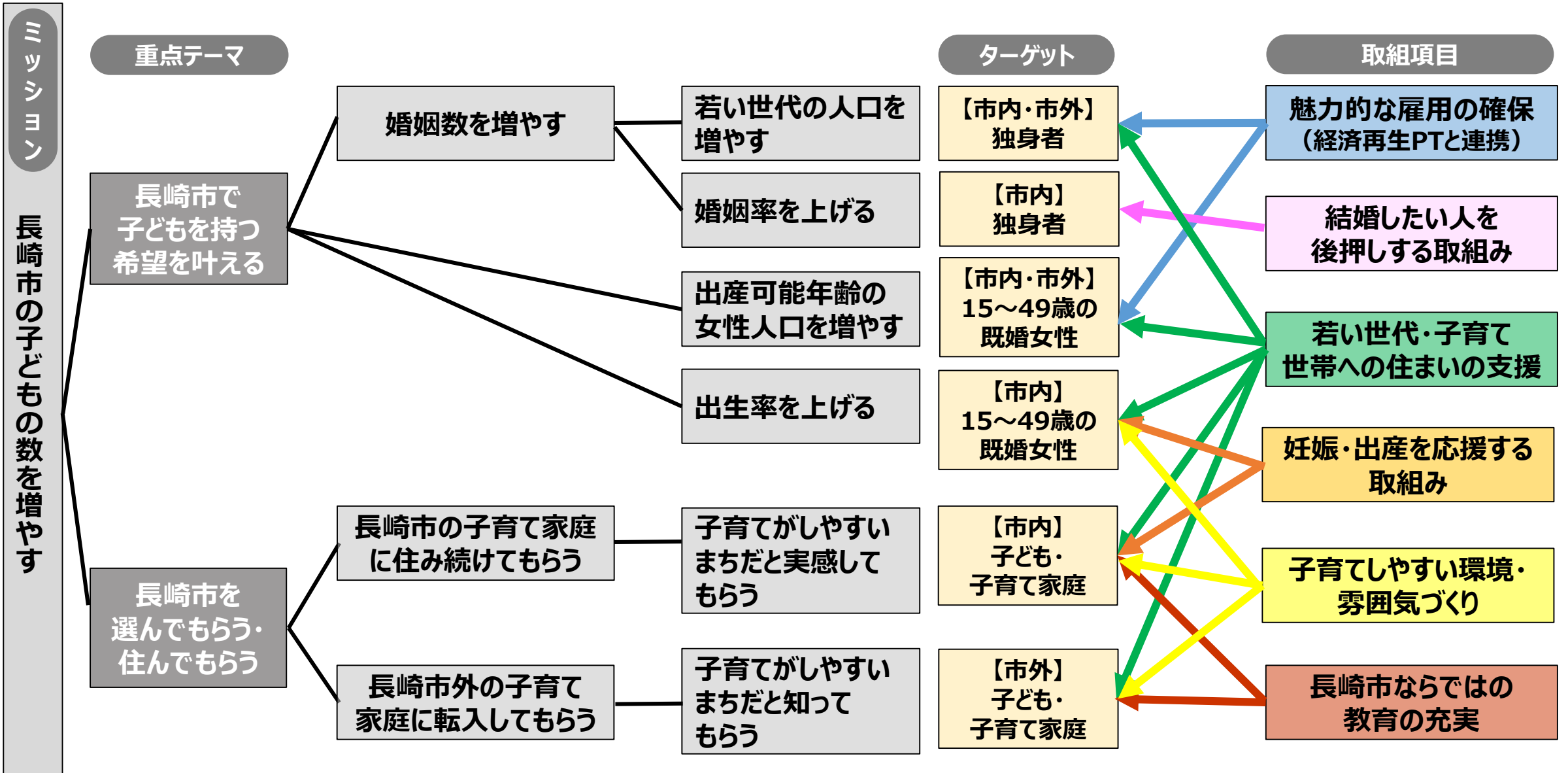
ナガチャレプラスキックオフイベントの様子 (完全オンライン)





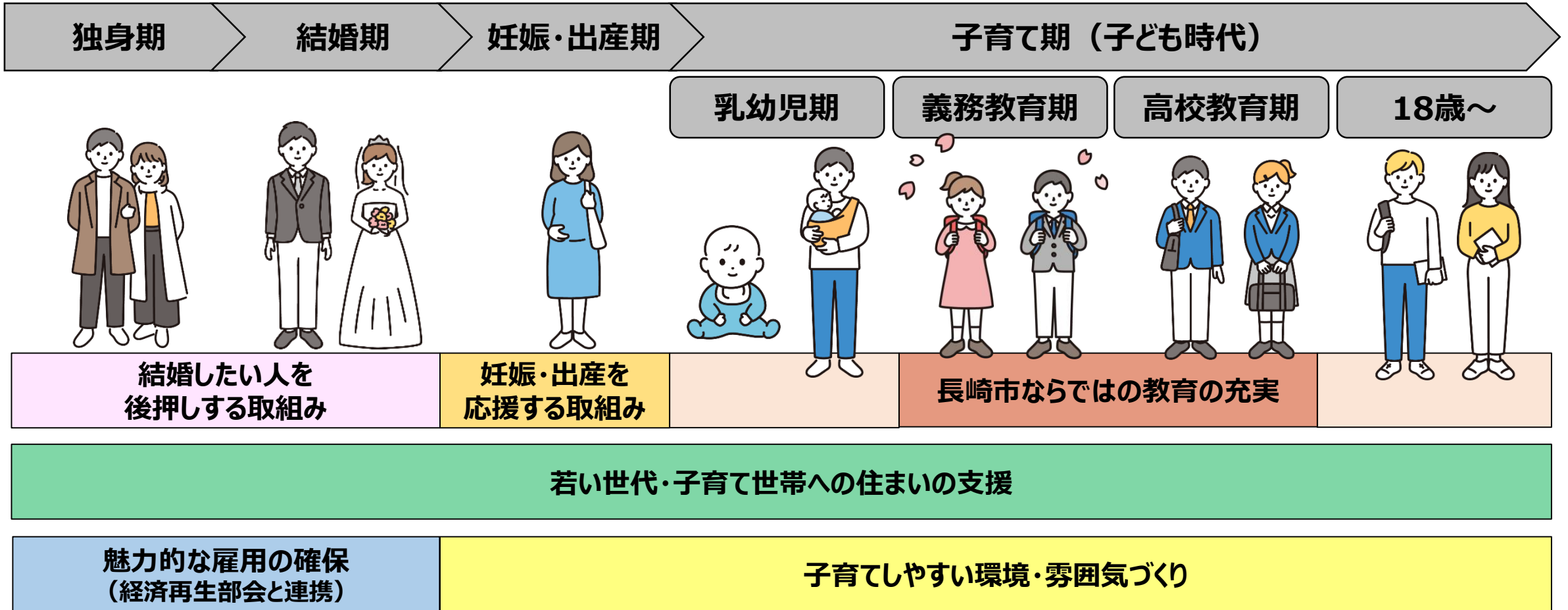
(2) 少子化対策プロジェクト

ア 取組体系（重点テーマと取組項目）



ア 取組体系（重点テーマと取組項目）

【ライフステージごとに整理】※下記ライフステージは一例です。

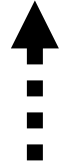


※女性や子育て世代が働きやすい環境の充実

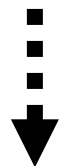
ア 取組体系（重点テーマと取組項目）

重点テーマ

A 長崎市で子どもを持つ
希望を叶える



【経済の視点】（★）
・魅力的な雇用の確保
・働きやすい環境の整備等



B 長崎市を選んでもらう・
住んでもらう

取組項目

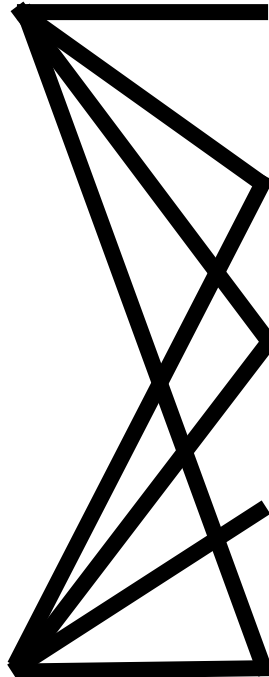
A 1
結婚したい人を後押しする取組み

A 2・B 1
妊娠・出産を応援する取組み

A 3・B 2
子育てしやすい環境・雰囲気づくり

B 3
長崎市ならではの教育の充実

A 4・B 4
若い世代・子育て世帯への住まいの支援



（★） 少子化対策については、魅力的な雇用の確保や働きやすい環境の整備など、経済的な要素が深く関係していることから、経済再生プロジェクトにおいても、少子化対策の視点を持ちつつ、政策を連携させながら進めていく。

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

A 1 結婚したい人を後押しする取組み

● 交際・結婚支援

交際や結婚希望者に対する支援の強化
(出会いの場の創出、効果的なセミナー、相談体制の構築、情報発信)

● 結婚に対する機運の醸成等

A 2・B 1 妊娠・出産を応援する取組み

● 妊産婦支援

A 3・B 2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり

● 子育て支援（経済） ひとり親家庭の養育費確保支援

● 子育て支援（精神） こども家庭センターの設置 乳児期家事代行サービスの助成

● 情報発信 少子化対策に係る情報発信（結婚、妊娠・出産、子育て期等）

● 民間企業等と連携した環境づくり

民間と連携した子どもの遊び場の確保（子育て家庭等に選ばれる公園等）

B 3 長崎市ならではの教育の充実

● 学びの支援

最新のテクノロジー（VR・ARや3Dプリンタ、プログラミングなど）に触れる場の創出

● 長崎のまちを支える担い手の育成 県外の中学校との生徒会リーダー交流会の実施

● グローバル教育の充実 中学生平和Englishリーダーの育成

● 誰ひとり取り残さない不登校支援 学びの支援センター・校内別室による支援 仮想空間（メタバース）を活用した登校支援

A 4・B 4 若い世代・子育て世帯への住まいの支援

● 住まいの支援 若い世代・子育て世帯に向けた住まいに関する相談支援

交際や結婚希望者に対する支援の強化

(出会いの場の創出、効果的なセミナー、相談体制の構築、情報発信)

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える

A 1 結婚したい人を後押しする取組み

1 事業概要

- 交際や結婚の希望をかなえることを目的とし、独身者の出会いの機会を創出するイベントを実施する。また、独身者の結婚に対する意識啓発や自身のスキルアップを目的として各種セミナーを実施する。
- さらに、イベント等の参加者がいつでも気軽に相談できる体制を整備し、マッチングのあとのサポート等を行う。

R6事業スケジュール

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
公募型プロポーズによる委託業者の決定			準備・打合せ等		各種イベント・セミナーの実施・相談への対応						振り返り	

2 R6.10月末時点の進捗状況

- 公募型プロポーズにより委託業者を決定した。
- 8月から9月にかけてセミナーを2回、イベントを2回開催し、セミナーには合計14名、イベントは合計107名が参加した。
- 参加者を対象としたアンケートでは、回答した方のうち7割以上が交際や結婚に対する意識が「とても高まった/まあまあ高まった」と回答した。
- 今後2月末までに概ね月に1回のペースでセミナー又はイベントを開催する予定。

特設サイト



イベントの様子



ひとり親家庭の養育費確保支援

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり

1 事業概要

- ひとり親家庭における養育費に関する取り決めを促すとともに、養育費の継続した履行確保を図るため、公正証書等の作成や養育費保証契約の締結に係る費用を補助することにより、ひとり親家庭の福祉の向上に資する。

(1) 公正証書等作成支援

養育費に関して、公正証書等を作成する際に要する費用を補助する。(上限5万円)

(2) 保証契約締結支援

養育費に関して、保証会社と養育費保証契約を締結する際の費用(保証料)を補助する。(上限5万円)

R6事業スケジュール

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
● 制度創設											
	● 周知・広報										
			● 事業実施								

2 R6.10月末時点の進捗状況

- 5月に養育費確保支援に係る補助金交付要綱を策定した。
- 5月にチラシを作成し、ホームページ等へ掲載を行うとともに、離婚相談などを受ける公証人役場、法テラス、県弁護士会、家庭裁判所などに周知協力依頼を行った。
- 13件の補助金交付を決定した。(公正証書等作成支援)

周知用チラシ



周知用チラシ

対象者 長崎市にお住まいで、養育費の取決めの対象となる児童を現に扶養しているひとり親のかた

補助内容 ① 公正証書等作成支援
養育費に関して、公正証書等を作成する際に要する費用を補助
② 養育費保証契約締結支援
保証会社と養育費保証契約を締結する際に要する初回の費用(保証料)を補助

補助額 本人が負担した額 ※①、②いずれも上限5万円

申請方法 公正証書等の作成日が養育費保証契約の締結日から6か月以内に必要書類を揃えて、こども政策課 窓口へ提出してください。
※令和6年4月1日以後に行った公正証書等の作成や養育費保証契約の締結に要する費用に限ります。

お問い合わせ
〒850-8685 長崎市魚の町4-1(2階)
長崎市役所 こども政策課 ひとり親支援担当
☎ 095-829-1270

詳しくは、長崎市子育て応援情報サイト『イーカオ』で検索!
長崎市 養育費確保支援

こども家庭センターの設置

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり

1 事業概要

- 子育て世代包括支援センター（母子保健）と子ども家庭総合支援拠点（児童福祉）を一体的に運営するもの。
- 妊産婦や子育て家庭に寄り添い、状況に応じた必要な支援を行うことで、その家庭の問題が深刻・複雑化することを未然に防ぎ、誰一人見逃さず切れ目のない支援を行う。

R6事業スケジュール											
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
設置	<ul style="list-style-type: none"> ・相談対応・指導 ・関係機関との連絡調整 ・合同ケース会議（母子保健・児童福祉） ・サポートプランの作成 ・地域における連携体制づくり 										

2 R6.10月末時点の進捗状況

- サポートプラン[※]の方向性や支援方針について指導・助言を行うなど実務面で業務マネジメントを担う統括支援員を配置するとともに、係を増設したことで、妊産婦や子育て家庭に寄り添った伴走型相談支援の充実を図った。
- 令和6年2月から実施したLINE相談では、いつでも気軽に相談ができる仕組みが整い、継続的な支援につながる事例がある。（友だち登録：765人）
- 母子保健及び児童福祉の専門職が共同してサポートプランを作成し、プランに基づく支援を一部において開始した。
※ サポートプラン…支援の必要性の高い妊産婦・こども及びその家庭を中心に支援対象者の課題と解決のため当事者のニーズに沿った支援方針を作成したもの。

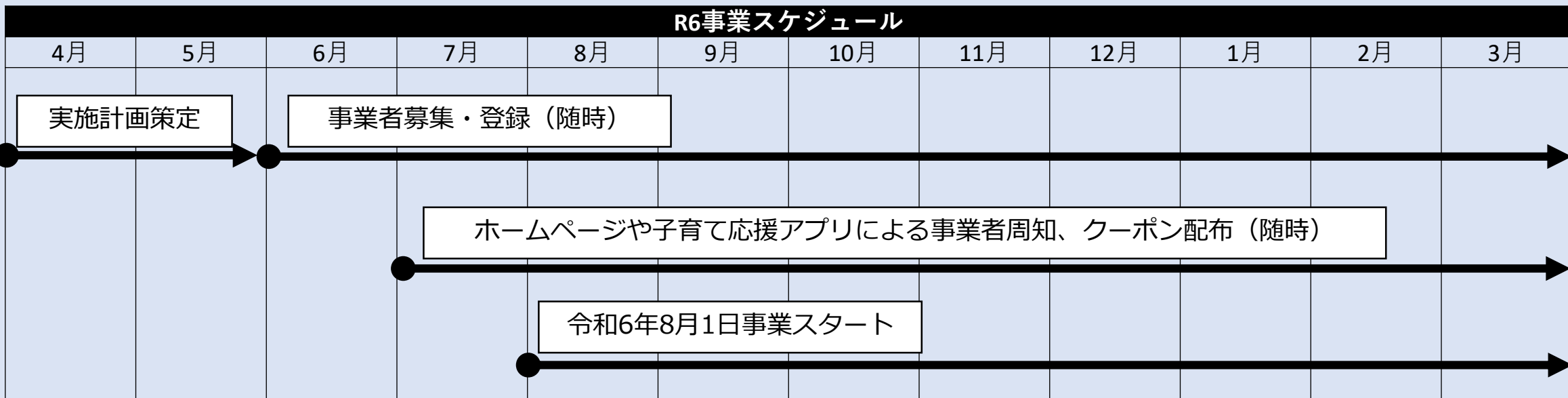


◆こども相談センター（令和6年4月1日設置）

主に小・中・高校生のいじめや不登校、ヤングケアラーなど困難を抱えるこどもの相談対応を行う「こども相談センター」を設置し、各学校を通じてこども本人へ相談先を記載したクリアフォルダーを配布するなど、効果的な周知広報を実施。

1 事業概要

- 乳児期の家事及び育児の両立に伴う負担を軽減するため、0歳児の子どもを育てるすべての家庭を対象に、1歳の誕生日の前日まで、乳児1人につき6回を上限に、民間の家事代行サービスの利用にかかる費用を助成するもの。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 5月に実施計画を策定した。
- 6月から事業者登録を開始した。（4者登録済）
- 7月中旬から対象者に対してクーポンの配布を開始した。（R7.3月まで随時発送）
- ※ R6.8月からは母子健康手帳別冊にクーポンを綴じこんで配布開始。
- 8月1日から事業をスタートした。（延べ利用件数：196件）



少子化対策に係る情報発信（結婚、妊娠・出産、子育て期等）

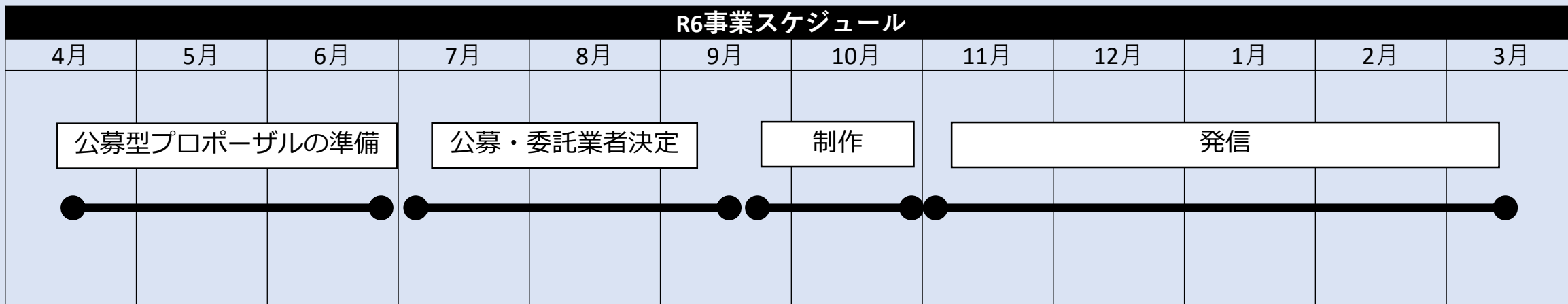
A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える

B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり

1 事業概要

- 少子化対策アクションプランの取組みの推進にあたり、長崎市がそれぞれのライフステージを切れ目なく支援していることを広く発信することで、少子化対策の取組みの認知度向上を図り、ひいては、長崎のまちで結婚し、子どもを産み育てたいと思ってもらえる環境の醸成につなげるもの。
- パンフレット及び動画を制作し、若い世代をメインターゲットにSNS広告や大型ディスプレイ・デジタルサイネージで発信する。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 公募型プロポーザルにより委託業者を決定した。
- パンフレット、動画を制作した。
- 11月からパンフレットの配布、動画のSNS広告や市内のデジタルサイネージ、テレビCM等での配信を行う。

キャッチコピー・ロゴ パンフレット表紙デザイン

制作した動画イメージ



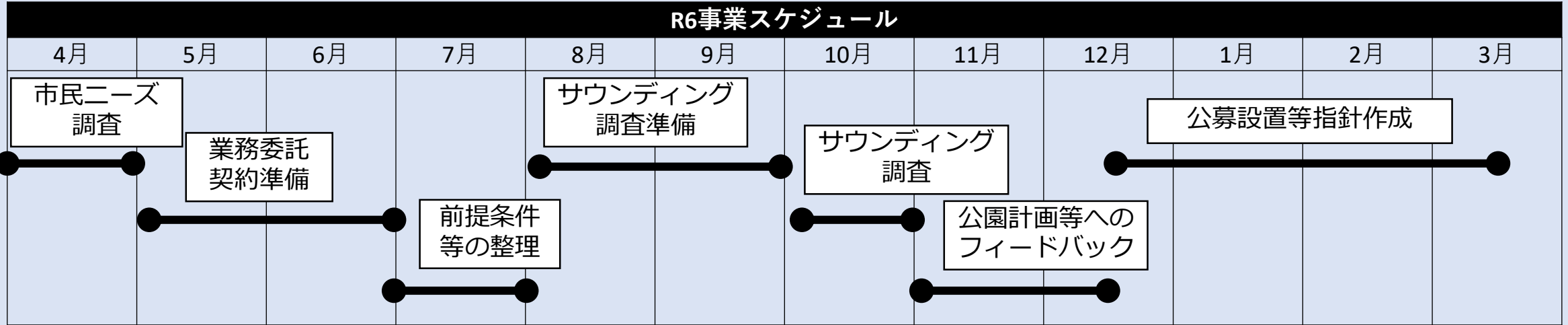
民間と連携した子どもの遊び場の確保 (子育て家庭等に喜ばれる公園等)

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり

1 事業概要

- 公会堂前公園の代替として新設予定の桜町近隣公園及び県営アパートの建替えに併せて再整備予定の川口公園について、公募設置管理制度（Park-PFI）を活用した整備を行うもの。
- 令和6年度においては、事業者選定に必要となる公募設置等指針を作成するもの。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 4月に市民ニーズ調査を実施した。
- 10月にサウンディング調査を実施した。
- 今後は、サウンディングの結果より公園計画等へフィードバックを行い、公募設置等指針の作成を行う。

【川口公園】



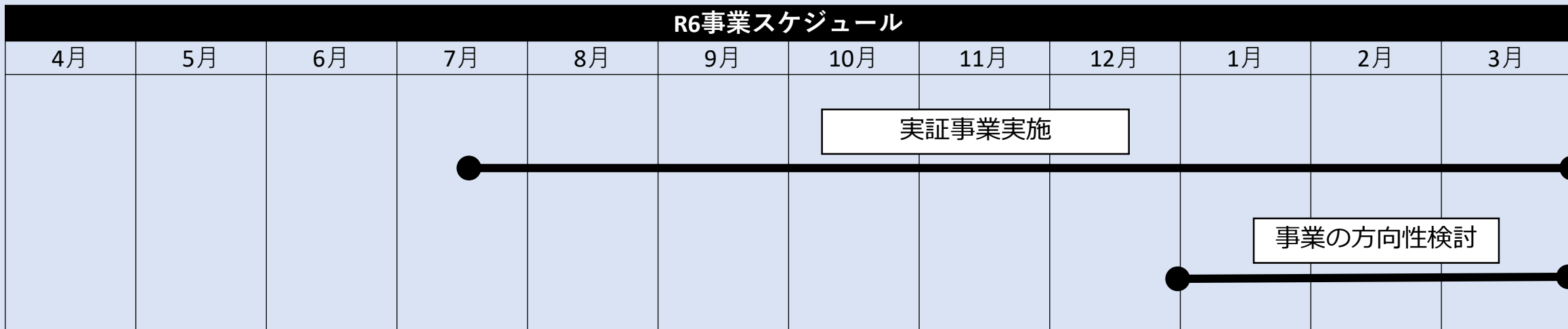
最新のテクノロジー（VR・ARや3Dプリンタ、プログラミングなど）に触れる場の創出

B 長崎市を選んでもらう・住んでもらう

B3 長崎市ならではの教育の充実

1 事業概要

- 子どもたちに最新のテクノロジー（VR・ARや3Dプリンタ、プログラミングなど）に触れられる場を提供することで、デジタル技術に興味を持つ子どもたちのニーズを充足し、学びの場としての魅力を実感してもらうとともに、若者のチャレンジ促進や情報通信関連産業の活性化に向けたIT人材の育成を図ることにより、若者に選ばれる魅力的なまちをめざすもの。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 長崎大学情報データ科学部との共同研究事業として、7月中旬から長崎大学内に「創造スイッチtec-nova Nagasaki（テクノバながさき）」を開設した。（対象は小学5年生～高校3年生）
- 「テクノバながさき」の利用は、事前登録・予約制としており、登録者数は217名、延べ参加者数は393名、リピート率は約50%となっている。

事業のHP



開催中の様子



1 事業概要

- 東日本大震災以後、福島県いわき市の中学生を長崎市に迎え、平和や環境などをテーマに学び合うことで、交流を深めるとともに長崎市の良さを見つめなおす機会としてきた。交流10回目となる令和6年度は、長崎市の中学生がいわき市を訪問することで、交流を深め、他市の良いところや被災地の現状を学ぶなど、広い視野から自分のふるさつを見つめなおし、長崎の未来を担う人材となるための資質や能力を磨く機会としている。

R6事業スケジュール											
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
計画立案 参加者公募			事業説明会 勉強会	いわき市 派遣		事業の 成果報告					

2 R6.10月末時点の進捗状況

- 7月までに市内中学生30名を公募・選考し、事前学習会を実施した。
- 8月3日（土）～7日（水）にいわき市派遣を実施し、震災遺構を巡ったり、現地の中学生との交流を行ったりした。
- 10月26日（土）にいわき市派遣実績報告会を実施した。

いわき市での様子



いわき市での様子

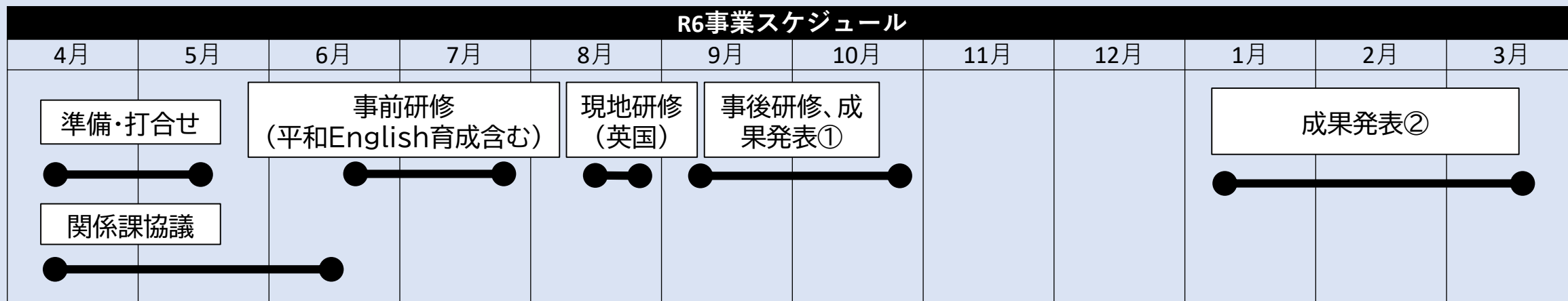


リーダー交流会の様子



1 事業概要

- 英語で被爆の実相や平和への思いを発信できる生徒を育成するため、長崎市内在住の中学生を対象に、長崎市ALT等と連携しながら夏季休業中に研修を実施する。令和6年度は、国際課が実施する「子どもゆめ体験事業」等との連携事業とし、国際交流と平和の両面を学ぶことができるカリキュラムとしている。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 7月にゆめ体験事業に参加する16名の生徒を対象に、被爆の実相や自分の平和への思いなどについて、英語で表現することができるよう研修を実施した。
- 8月に現地研修として8月21日から31日まで英国を訪問し、市民友好都市であるアバディーン市の市長表敬やホームステイなどを行った。
- 現地研修で学んだことを9月から10月の事後研修で整理し、10月19日（土）の「あじさいEnglish Speech Contest」において発表した。
- 今後、1月から2月にかけて、「ながさき異文化ちゃんぽんフェスタ」や「シンナガサキミーティングin English」で成果発表を行う予定。

事前研修の様子



あじさいEnglish Speech Contestの様子



学びの支援センター・校内別室による支援

1 事業概要

- 登校はできるが教室に入ることができない児童生徒に対する支援の充実を図ることを目的とし、ニーズのある全ての市立小・中学校に校内別室支援員を配置する。人材については、各学校が地域等から探し、申請があった時点で、随時登録・配置を行う。

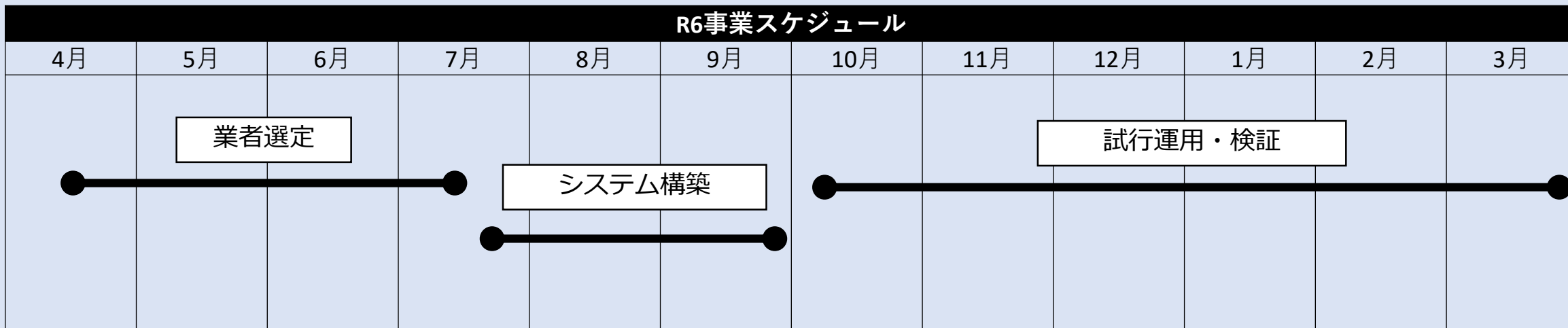
R6事業スケジュール											
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
支援員登録・配置											

2 R6.10月末時点の進捗状況

- 校内別室支援員について、配置を希望する学校からの登録を随時受け付け、今年度新たに42校・84名の新規登録を行い、52校・97名の登録・配置を行っている。
- 配置済の学校からは、不登校児童生徒の支援に大変寄与している旨の報告があっている。

1 事業概要

- 自宅から出られず、学校や関係機関からの支援を受けられない児童生徒に対し、メタバース空間による学びの場の提供や個別相談等による支援の充実を図る。10月から長崎市学びの支援センター「ひかり」（市民会館7階）における試行運用を基に検証を実施し、次年度からの本格運用につなげる。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 4月から7月にかけてシステムを提供する業者を選定した。
- 7月に導入するシステムを決定し、システム構築を行った。
- 10月から長崎市学びの支援センター「ひかり」での試行運用を開始し、24名が利用した。

※長崎市学びの支援センター「ひかり」

…不登校児童生徒に対して、集団と個別での相談・指導を行いながら、児童生徒が自らの進路を主体的に捉え、社会的自立に向けた力を育むことを目的に長崎市が運営。

仮想空間(メタバース)のイメージ

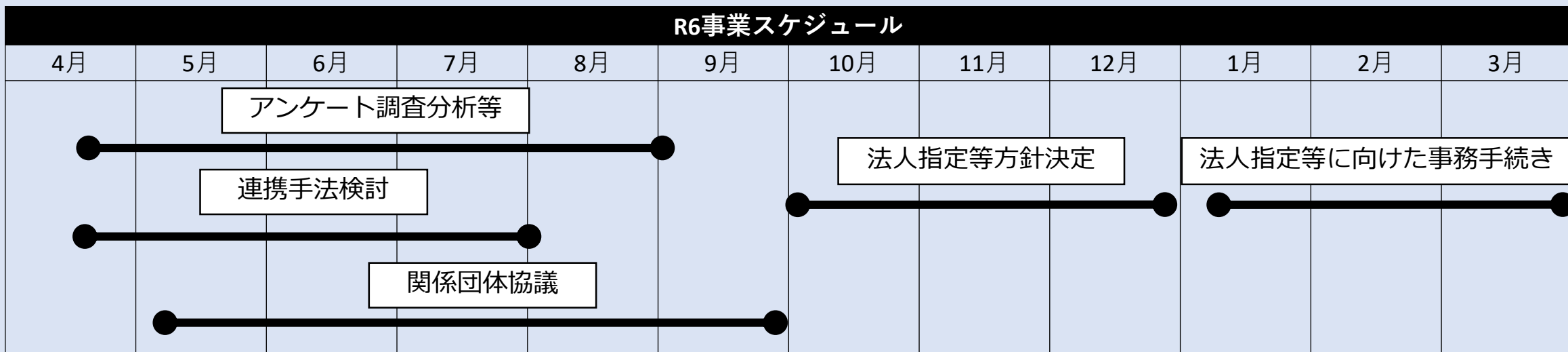


仮想空間(メタバース)のイメージ



1 事業概要

- 空き家所有者や空き家活用希望者への相談対応や両者のマッチング等を行う空家等管理活用支援法人の指定や民間事業者（関係団体）との協定の締結等を進め、若い世代・子育て世帯に向けた空き家相談を中心とした住まいに関する相談への支援体制の構築を図る。



2 R6.10月末時点の進捗状況

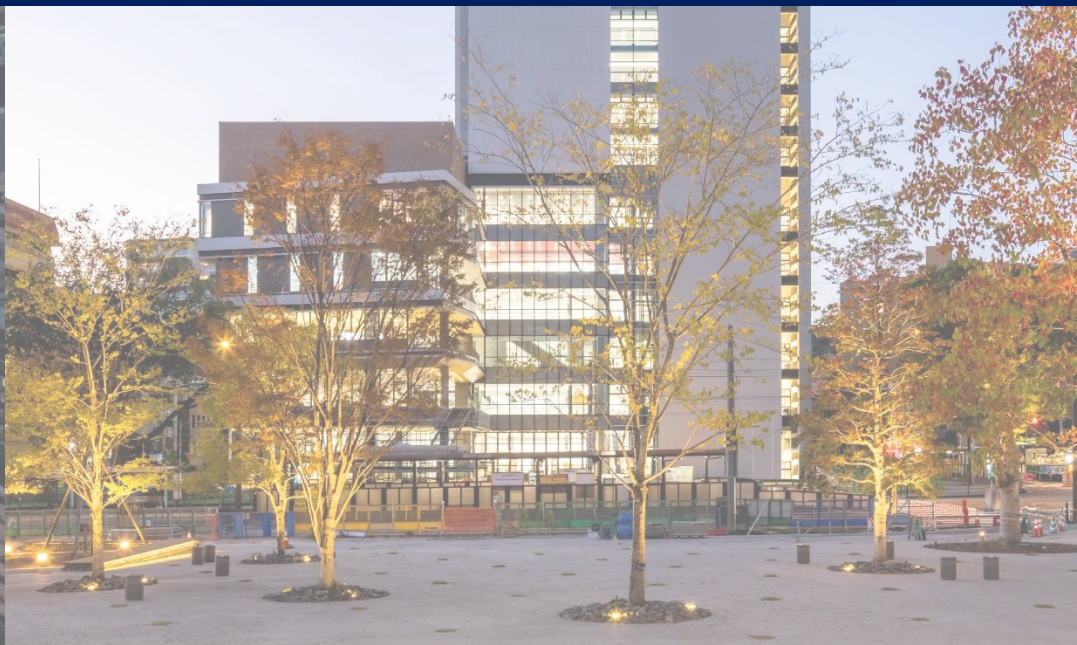
- 全世代を対象とした住まいに関するアンケート調査等の分析により、課題整理を行った。
- 関係団体や法人候補者との間で協議・サウンディングを行い、今後の法人指定等に向けた意向を確認した。
- 今後は、法人指定等に向けて事務を進めていく。

空家等管理活用支援法人のイメージ





(3) 新市役所創造プロジェクト



ア プロジェクトの目的

ミッション
(使命)

新しい時代の市役所の創造

人口減少対策の成果を具現化するための重点プロジェクト
“経済再生プロジェクト”と“少子化対策プロジェクト”を
強かに推進するための基盤づくりとして、

時代の流れにあった行政サービスの提供や働き方、行財政運営に転換する

Mission

ビジョン
(目標)

**経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報）を有効活用し、
時代の変化に対応した持続可能な経営を行っている市役所**

Vision

バリュー
(行動指針・価値観)

市民
視点

貢献

挑戦
成長

未来
志向

思いやり

Value

イ 取組体系（重点テーマと取組項目）

重点テーマ

取組項目

A 市役所を担うひとづくり

A 1 人材獲得

A 2 人材育成

A 3 職員の配置・処遇

A 4 職場環境の整備

ヒト

B 時代にあった市役所経営

B 1 市民サービスの最適化

B 2 財政運営の健全化

B 3 市民との対話と協働の充実

モノ

カネ

情報

ウ 今回紹介する取組内容

□ : 今回説明する取組内容

A 市役所を担うひとづくり

ヒト

A 1 人材獲得

- 採用情報のPR強化
- 採用試験の実施方法等の見直し
- 専門人材の積極的な獲得

A 2 人材育成

- 職員研修制度の全般的な見直し
- 管理監督職のマネジメント力向上対策
- 職場での人材育成の充実
- デジタル人材の育成

A 3 職員の配置・処遇

- 新たな人材登用の仕組みの構築
- 人事評価制度の積極的な活用
- 定年引上げを踏まえた配置の検討
- 現場へのデジタル化支援とデジタル推進人材の効果的な配置

A 4 職場環境の整備

- ホワイト・ワークチャレンジの推進
- 職員のエンゲージメント向上対策
- 職員のワークライフバランスの推進
- 新たなデジタル技術の活用とデジタル環境の整備

人事戦略の策定

B 時代にあった市役所経営

B 1 市民サービスの最適化

モノ

- デジタル技術やデータの効果的な利活用
- 公金支払方法のキャッシュレス化推進（オンライン）
- ゼロカーボンシティ長崎の実現
- これまでの行政経営の在り方の見直し
- 改善を導き出す施策評価の実施
- 官民連携の推進
- 公共施設の適正配置

B 2 財政運営の健全化

カネ

- 個人版ふるさと納税の充実
- 企業版ふるさと納税の積極的なアプローチ
- 受益者負担の在り方の検討
- 施設等を活用した財源確保策
- 徴収率向上に向けた取組み □ 回収困難債権の収納事務委託

B 3 市民との対話と協働の充実

情報

- 「シンナガサキミーティング」による多様な意見聴取
- 分かりやすい情報の発信
- 地域におけるまちづくりの推進

民間事業者による休暇制度創設等を促進するながさき型地域貢献企業等認定事業の創設
地域活動プロモーション事業の展開

- 人権尊重とジェンダー平等の意識の醸成

人事戦略の策定

A 市役所を担うひとづくり

A 1 人材獲得

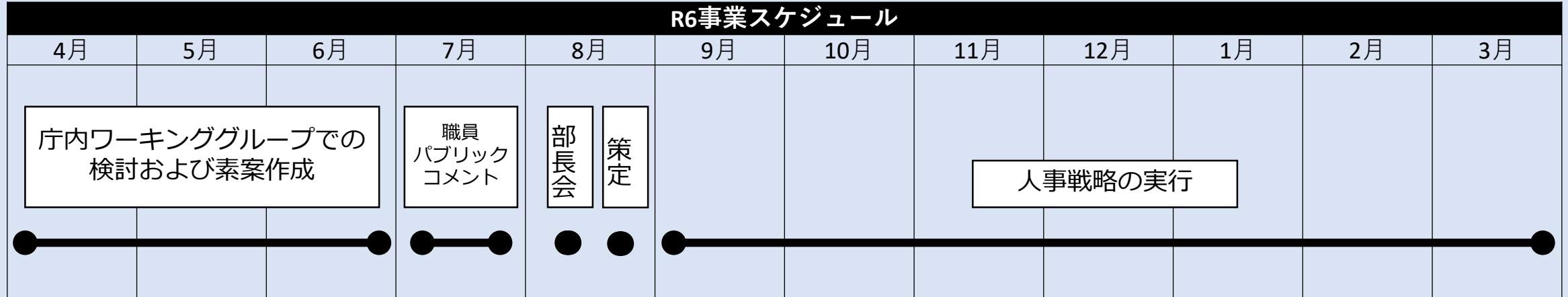
A 2 人材育成

A 3 職員の配置・処遇

A 4 職場環境の整備

1 事業概要

- 人口減少等の社会情勢や中堅職員の減少等の職員構造、時間外勤務状況の高止まり等の職員の状況を踏まえ、本市を取り巻く環境や課題に対応し「市民の幸せの実現」を図っていくために職員一人ひとりの能力と組織力をさらに高め、市役所の機能を最大限に発揮する必要があることから、人事戦略を策定し、人材獲得、人材育成、人材活用及び職場環境整備において取り組むべき方向性を定めるもの。



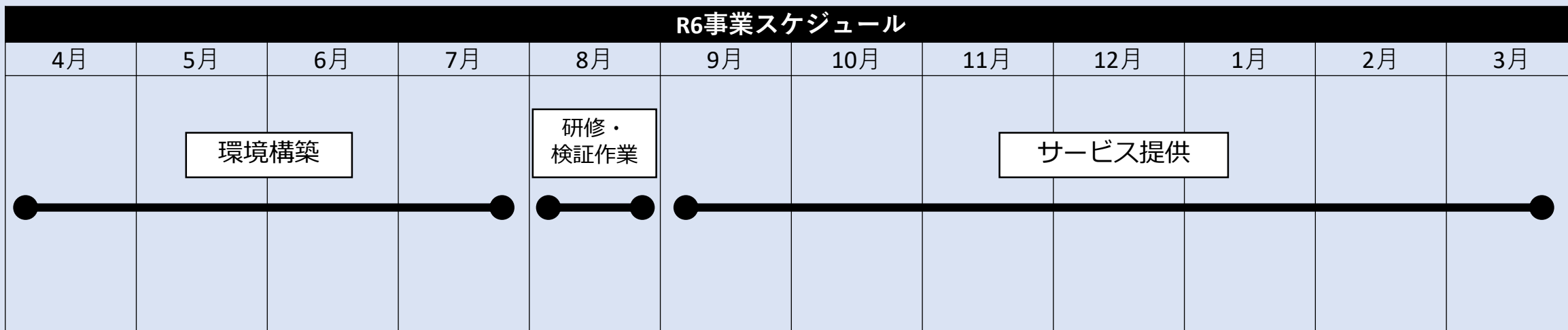
2 R6.10月末時点の進捗状況

- 【採用試験】4月に大卒程度の年齢上限を26歳から30歳に拡大
- 【採用試験】4月に県内在住者を対象とした社会人経験枠を新設
- 8月に人事戦略を策定
- 【採用PR】採用ホームページ制作等の業務委託を11月契約締結
- その他各種取組みに着手中



1 事業概要

- 令和4年10月から提供開始した「長崎市電子申請サービス」において、手続きを行う際の手数料等をオンライン決済できる仕組みを構築し、申請から納付までオンライン上で一貫して手続きが可能なサービスを提供する。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- 令和6年9月からオンライン決済サービスの提供を開始した。
（各種証明書交付申請）住民票、戸籍事項証明書、印鑑登録証明書、所得・課税証明書等の14業務
- 令和7年度からオンライン決済に対応した手続きを追加するため、手続きを所管する所属と調整を行っている。

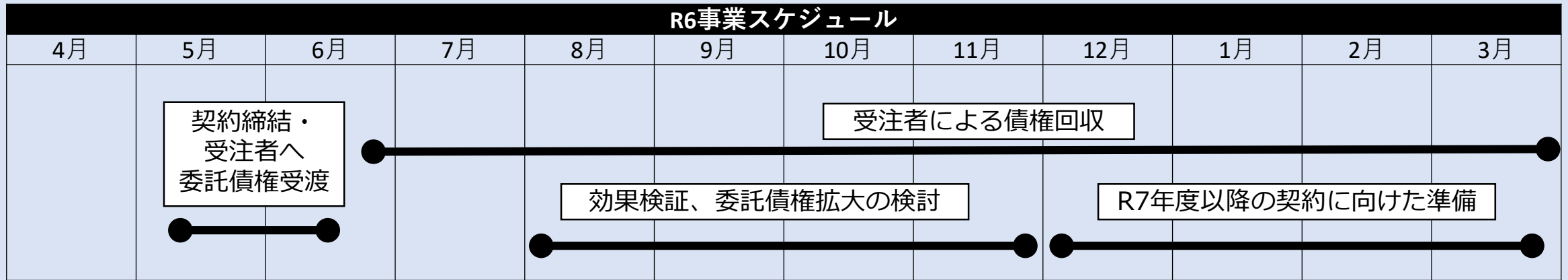
オンライン決済に対応！



回収困難債権の収納事務委託

1 事業概要

- 債務者数が多く、所管課で催告等を行ってもなお、接触が困難で回収につながりにくい債権（非強制徴収公債権及び私債権）について、法的措置を行う前に弁護士法人へ回収業務を委託し、効果的な催告事務等を行うことで、早期に効率的な債権管理（回収・緩和）を図る。
- R6年度は収入未済額が多く、個別の対応が煩雑で回収につながりにくい債権（生活保護費過払返還金、母子父子寡婦福祉資金貸付金、市営住宅家賃等）について業務委託を行う。



2 R6.10月末時点の進捗状況

**長期間焦げ付いた回収困難債権を4カ月で1,200万円以上回収
今後、3割程度の回収見込み（委託債権額1億500万円のうち）**



【効果的取組】

- ・「弁護士」からの反復かつ継続した効果的催告
- ・連帯保証人への請求

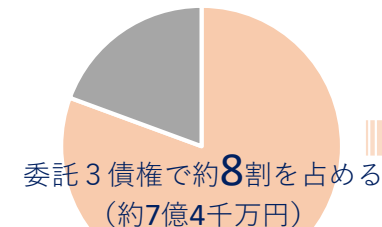
【今後の展開】

- ・R6年度の効果を検証し、効果的な対象者や委託方法を精査した上で、R7年度以降は委託対象を他の債権にも拡大予定。

その他債権（※）の収入未済額中

※市税等徴収一元化債権を除く債権

全体 約9億2千万円のうち



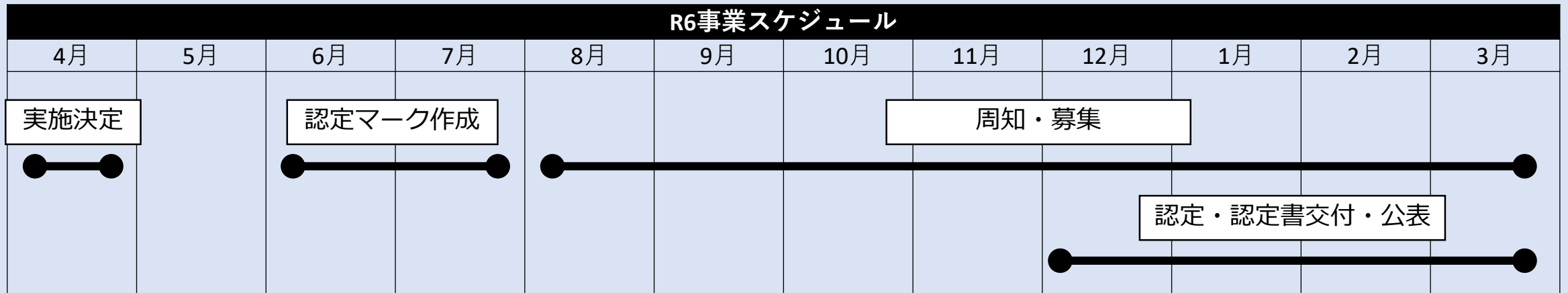
弁護士法人と連携し、早期に効率的な債権管理を実施



民間事業者による休暇制度創設等を促進する ながさき型地域貢献企業等認定事業の創設

1 事業概要

- 長崎市よかまちづくり基本条例の趣旨を踏まえ、多様な主体の協働による持続可能な地域コミュニティの実現を図るため、長崎市内で各種地域団体の支援等に資する地域貢献活動を行う企業や、従業員等が自治会活動等の地域貢献活動に参加しやすくなるように休暇制度を設けた企業等を「ながさき型地域貢献企業等」として認定することにより、企業等の地域貢献活動を促進するとともに、従業員等が地域貢献活動に参画しやすい環境づくりに資するもの。



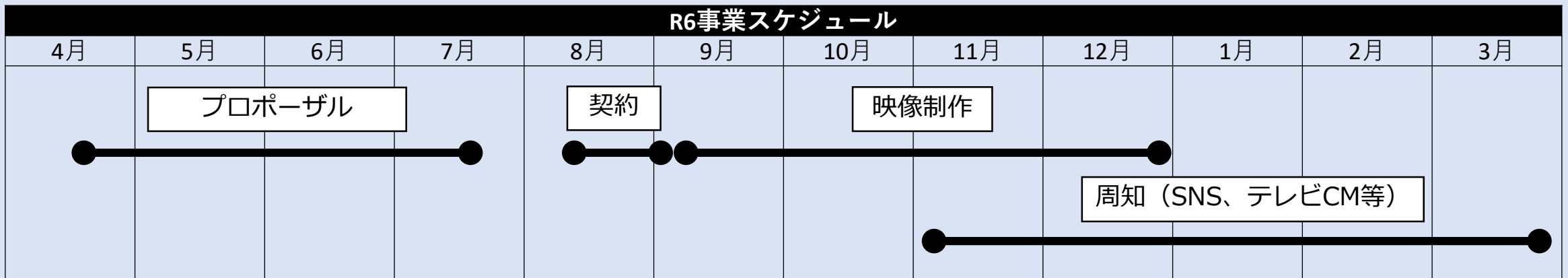
2 R6.10月末時点の進捗状況

- R6.4月に実施の意思決定
- R6.7月に認定マーク等を作成
- R6.7月に募集要項及び募集チラシを作成
- R6.8月から募集開始（市ホームページ、広報ながさき、週刊あじさいなどで周知）



1 事業概要

- 20代から40代の子育て世代を含む若い世代に対し、自治会の重要性などの気づきを与えられるよう、より具体的に自治会活動の必要性をイメージでき、若い世代の感覚にマッチした動画を制作し、SNSを含む各種メディアを通じて情報発信するプロモーションを実施することで、自治会活動等の地域活動をより身近に感じてもらえるよう意識の醸成を図るとともに、「自治会」や「地域コミュニティ連絡協議会」の存在意義や役割を市民に再認識してもらうことで自治会等に対する理解や関心を高める。



2 R6.10月末時点の進捗状況

- R6.5月～7月 プロポーザル実施
- R6.7月 事業者選定
- R6.9月～12月 映像を制作 (11月に1本、12月に1本完成)
- R6.11月～ 映像公開
- R6.12月～ SNSやテレビCM等での周知



2 重点プロジェクトアクションプランの成果指標について

重点テーマ

A 長崎市で子どもを持つ希望を叶える

取組項目

A 1 結婚したい人を後押しする取組み

中長期的に目指す成果

- 結婚や妊娠の希望が実現している
- 結婚・妊娠・出産の希望がかなっていない

←総合計画F4-1

←総合戦略の基本目標2(1)

- ・総合計画の基本施策又は個別施策
- ・総合戦略の基本目標又は具体的施策

<成果指標>

計画名	成果指標	基準値	目標値
第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略	婚姻数 [暦年]	1,872件 (H29年)	1,900件 (R6年)
第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略	出生数 [暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)
長崎市第五次総合計画	子ども (15歳未満) の人口 [暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)

各種計画（総合計画・総合戦略・経済成長戦略・MICE戦略等）の成果指標

取組方針

取組内容

● 交際・結婚支援

- 交際や結婚希望者に対する支援の強化（出会いの場の創出）
- 交際や結婚希望者に対する支援の強化（効果的なセミナー）
- 交際や結婚希望者に対する支援の強化（相談体制の構築）
- 交際や結婚希望者に対する支援の強化（情報発信）

中長期的に目指す成果への貢献 （短期的に目指すもの）

- セミナーやイベントに参加する
- 自分に自信を持って活動する人が増える
- 理想の相手に出会う人（カップル成立）が増える
- 交際・結婚に向けて行動を起こす人が増える

目指す成果に対してアクションプランの取組みが貢献・寄与する内容

中長期的に目指す成果

- 結婚や妊娠の希望が実現している ← 総合計画F4-1
 - 結婚・妊娠・出産の希望がかなっていない ← 総合戦略の基本目標2(1)
- ・総合計画の基本施策又は個別施策
・総合戦略の基本目標又は具体的施策

<成果指標>

計画名	成果指標	基準値	目標値
第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略	婚姻数 [暦年]	1,872件 (H29年)	1,900件 (R6年)
第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略	出生数 [暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)
長崎市第五次総合計画	子ども (15歳未満) の人口 [暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)

各種計画 (総合計画・総合戦略・経済成長戦略・MICI戦略等) の成果指標

表形式で整理

取組方針	取組内容
交際・結婚支援	<ul style="list-style-type: none"> ● 交際や結婚希望者に対する支援の強化 (出会いの場の創出) ● 交際や結婚希望者に対する支援の強化 (効果的なセミナー) ● 交際や結婚希望者に対する支援の強化 (相談体制の構築) ● 交際や結婚希望者に対する支援の強化 (情報発信)

中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)
<ul style="list-style-type: none"> ● セミナーやイベントに参加する ● 自分に自信を持って活動する人が増える ● 理想の相手に出会う人 (カップル成立) が増える ● 交際・結婚に向けて行動を起こす人が増える

目指す成果に対して、アクションプランの取組みが貢献・寄与する内容

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標			
				計画名	成果指標	基準値	目標値
A 1 結婚したい人を後押しする取組み							
交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化 (出会いの場の創出)			まち・ひと	婚姻数[暦年]	1,872件 (H29年)	1,900件 (R6年)
交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化 (効果的なセミナー)	交際・結婚に関するセミナーやイベントに参加する自分に自信を持って活動する人が増える	結婚や妊娠の希望が実現している 結婚・妊娠・出産の希望がかなっていない	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040件 (R6年)
交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化 (相談体制の構築)	理想の相手に出会う人 (カップル成立) が増える		総合計画	子ども (15歳未満) の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)
交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化 (情報発信)	交際・結婚に向けて行動を起こす人が増える					

凡例 (計画名)

- 総合計画：長崎市第五次総合計画
- まち・ひと：第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- 農業振興計画：第二次長崎市農業振興計画

■経済再生プロジェクト成果指標シート

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
A1 受入態勢の充実								
1	観光案内機能の整備	山手地区における観光案内機能の整備	訪問客・事業者・市民が交流を通して、ともに満足している 旅行消費額が増える	総合計画	安全安心・快適な滞在環境に関する満足度	—	— (R7年度)	観光政策課
2	観光案内機能の整備	既存施設の活用やソフト面の施策による観光案内機能強化		総合計画	リピーター訪問客率[暦年]	63.9% (R元年)	66.9% (R7年)	観光政策課
3	観光案内機能の整備	多言語対応が可能な有償ガイドの確保・育成		総合計画	訪問客の満足度	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	観光交流推進室
			総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年)	1,604億円 (R7年)		
4	インバウンド受入環境整備の高度化	多言語案内表記の改修・充実	訪問客・事業者・市民が交流を通して、ともに満足している 旅行消費額が増える	総合計画	安全安心・快適な滞在環境に関する満足度	—	— (R7年度)	観光交流推進室
5	インバウンド受入環境整備の高度化	公衆無線LANの整備		総合計画	リピーター訪問客率[暦年]	63.9% (R元年)	66.9% (R7年)	観光交流推進室
6	インバウンド受入環境整備の高度化	ベジタリアンやヴィーガンなど多様な食のニーズに対応できる店舗の周知・拡大		総合計画	訪問客の満足度	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	観光交流推進室
7	インバウンド受入環境整備の高度化	キャッシュレス対応店舗の拡大		総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年)	1,604億円 (R7年)	観光交流推進室 商業振興課
8	ワーケーションの受入拡大	海外リモートワーカー受入態勢の整備	海外からのリモートワーカーが増える デジタルノマドの受入態勢が整う 市内事業者のデジタルノマド受入に対する理解が深まる ワーケーション受入について官民連携の体制ができる ワーケーションのモデルプランができる など	総合計画	外国人延べ宿泊者数[暦年]	323,306人 (R元年)	339,000人 (R7年)	観光交流推進室
				総合計画	リピーター訪問客率[暦年]	63.9% (R元年)	66.9% (R7年)	
9	ワーケーションの受入拡大	官民連携組織の立上げ・支援の充実・受入推進	DMOがターゲット毎のニーズに応じた情報を発信し、訪問客が増加している 旅行消費額が増える	総合計画	事業者の満足度	33.3% (R元年度)	40.0% (R7年度)	長崎創生推進室
				総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年)	1,604億円 (R7年)	

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
A1 受入態勢の充実								
10	大規模集客施設立地等による効果の波及	まちづくりのランドデザイン策定	訪問客・事業者・市民が交流を通して、ともに満足している 旅行消費額が増える	総合計画	訪問客の満足度	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	都市計画課
11	大規模集客施設立地等による効果の波及	長崎スタジアムシティ開業気運醸成(施設装飾、市民参加プログラムの展開、情報発信強化等)		総合計画	事業者の満足度	33.3% (R元年度)	40.0% (R7年度)	スタジアムシティ連携推進室 スポーツ振興課
12	大規模集客施設立地等による効果の波及	長崎スタジアムシティ周辺環境整備(道路、サイン等)		総合計画	市民の満足度	70.5% (R元年度)	80.0% (R7年度)	都市計画課 スポーツ振興課 土木企画課
13	大規模集客施設立地等による効果の波及	長崎スタジアムシティ開業効果波及への取組み(各種イベントとの連携、回遊による賑わい創出等)		総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年)	1,604億円 (R7年)	中央総合事務所 総務課 スポーツ振興課 都市経営室 スタジアムシティ連携推進室 商業振興課 中央総合事務所 総務課 平和推進課
A2 高付加価値化による消費単価の向上								
14	付加価値の高いコンテンツの造成	宿泊、飲食、交通等の多様な関係者と連携した滞在モデルプランの造成	多様な関係者が観光まちづくりへ参画し、稼ぐ力が向上している 旅行消費額が増える	総合計画	日本人旅行消費単価[暦年]	21,566円 (R元年)	21,966円 (R7年)	観光交流推進室
15	付加価値の高いコンテンツの造成	長崎市版サステナブルツーリズムの推進		総合計画	外国人旅行消費単価[暦年]	54,740円 (R元年)	58,107円 (R7年)	観光交流推進室
16	付加価値の高いコンテンツの造成	医療ツーリズム導入の可能性調査		総合計画	クルーズ客消費単価[暦年]	29,350円 (R元年)	30,241円 (R7年)	観光交流推進室
17	付加価値の高いコンテンツの造成	コンテンツ提供事業者等の確保と育成支援		総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年度)	1,604億円 (R7年度)	観光交流推進室

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
A2 高付加価値化による消費単価の向上								
18	観光客の知的好奇心を満たすストーリーの構築 関係者と連携した歴史・文化等の棚卸し・再整理	コンテンツを体験する 世界遺産への理解が深まる 世界遺産のあるまち長崎への関心が高まる 世界遺産構成資産(11資産)への訪問意欲が高まる	観光資源が磨かれ、魅力あるコンテンツとして活用されている 世界遺産構成資産来訪者数が増える	総合計画	訪問客の満足度	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	世界遺産室
				総合計画	グラバー園の入園者数	769,218人 (R元年度)	996,000人 (R7年度)	
				総合計画	端島(軍艦島)の上陸者数	124,935人 (R元年度)	259,000人 (R7年度)	
19	長崎の魚の魅力発信と拠点づくり 既存店舗の顕在化による回遊性向上支援	賛同店舗リストが観光コンテンツになる 民間主導イベント等が観光コンテンツになる 域外での情報発信力が高まる 観光コンテンツを目的に賛同店舗の利用者数が増加する	観光資源が磨かれ、魅力あるコンテンツとして活用されている 地元水産物が多くの人に認知され、消費の拡大が図られている 地場事業者が売上と利益を伸ばしている	総合計画	訪問客の満足度	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	商業振興課
20	長崎の魚の魅力発信と拠点づくり 長崎の魚を使った食の魅力の発信強化(すし等)			総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年度)	1,604億円 (R7年度)	商業振興課
21	長崎の魚の魅力発信と拠点づくり 食の拠点づくりの情報収集・官民連携			総合計画	市内産の水産物販売額	46.7億円 (R2年度)	60.7億円 (R7年度)	商業振興課
		総合計画	市内産水産物及び加工品購入率	49.2% (R2年度)	50.7% (R7年度)			
A3 戦略的なプロモーション								
22	広域連携の推進と情報発信の効率化 航空会社に対する路線再開・増便の働きかけ	旅行先として長崎の認知度が向上する 観光客の長崎への訪問意欲が向上する 各自治体も魅力を一元的に発信し、欧米豪の訪日外国人を誘客できる 訪日外国人を入国拠点や主要訪問地から行動変容により、誘客ができる 連携自治体同士が、互いに魅力を発信することで、相互送客ができる など	DMOがターゲット毎のニーズに応じた情報を発信し、訪問客が増加している 旅行消費額が増える	総合計画	外国人延べ宿泊者数[暦年]	323,306人 (R元年)	339,000人 (R7年)	観光交流推進室
23	広域連携の推進と情報発信の効率化 欧米豪向けプロモーションの実施			総合計画	旅行消費額[暦年]	1,492億円 (R元年)	1,604億円 (R7年)	観光交流推進室
24	広域連携の推進と情報発信の効率化 東アジア向けプロモーションの実施			観光交流推進室				
25	広域連携の推進と情報発信の効率化 西日本・九州ゴールデンルートアライアンス及び広島市との連携観光キャンペーン事業を活かした広域観光の発信			観光交流推進室				

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
A3 戦略的なプロモーション									
26	出島メッセ長崎の活用・長崎スタジアムシティとの連携による交流拡大	DMO、株式会社ながさきMICE、大学等の関係者連携によるMICE誘致強化	長崎市及び出島メッセ長崎の認知度が向上する 主催者・参加者のリピーターが増える 長崎への訪問意欲が向上する 新たな客層の受入れが拡大する 訪問客の回遊性が高まる など	DMOがターゲット毎のニーズに応じた情報を発信し、訪問客が増加している MICE消費額が増える	総合計画	MICE客数[暦年]	426,786人 (R元年)	1,730,000人 (R7年)	観光交流推進室
	まち・ひと				出島メッセ長崎利用者数[暦年]	-	610,000人 (R6年)		
27	出島メッセ長崎の活用・長崎スタジアムシティとの連携による交流拡大	スポーツコンベンションによる経済波及効果を高める施策の展開			総合計画	国際会議開催件数[暦年]	8件 (R元年)	15件 (R7年)	観光交流推進室
	総合計画				MICE消費額[暦年]	56億円 (R元年)	194億円 (R7年)		
B1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上									
28	交流人口の回遊につながる仕掛けづくり	拡大する交流人口を商店街等へ誘客するための回遊性向上支援	商店街ハード面の魅力が維持向上する 商店街の組織力が向上する 新規出店に意欲ある事業者が増える 空き店舗が減少する 繁盛店を目的とした来街者が増加する 繁盛店の取組みを参考に新たな事業が創出される など	商店街が域内外の街来者でにぎわう 商店街事業者の売上向上	総合計画	歩行者通行量(日曜)	168,655人 (R2年度)	177,088人 (R7年度)	商業振興課
29	交流人口の回遊につながる仕掛けづくり	商店街等の空き店舗への出店支援			総合計画	商店街活性化プランの策定数[暦年]	0件 (R2年度)	10件 (R7年度)	商業振興課
30	交流人口の回遊につながる仕掛けづくり	商店街等の既存店舗の魅力向上支援			総合計画	長崎商工会議所及び商工会による経営革新に関する相談・指導件数	117件 (R元年度)	129件 (R7年度)	商業振興課
31	魅力ある商品の開発と広報支援	地域独自の魅力ある製品・サービスの開発支援	事業者が新商品を開発する 新しい長崎の土産品が誕生する 企業が商談等による販路開拓を行う 市民や観光客が長崎の魅力を知る 物価高の影響下でも売上向上にチャレンジする企業が増える	市内外での販路が拡大する 地場事業者の売上向上	総合計画	市内食料品製造業の製造品出荷額等(従業員4人以上の事業所)[暦年]	247.6億円 (R2年)	247.6億円 (R7年)	商業振興課
					総合計画	地域商社が取引を行った市内事業者数	56者 (R2年度)	86者 (R7年度)	
					総合計画	地場事業者の製造品出荷額等[暦年]	4,457億円 (R2年)	4,457億円 (R7年)	
32	新たな販路開拓・営業力強化支援	SNS等を活用して販路開拓を行う中小企業に対する支援	SNSの活用ノウハウを得て、フォロワーを増やすための事業を行う ECサイトの運用ノウハウを得て、ECサイトによる販売促進事業を行う 地場事業者が商社を活用して販路開拓事業を行う	市内外・国内外での販路が拡大する 地場事業者の売上向上	総合計画	市内食料品製造業の製造品出荷額等(従業員4人以上の事業所)[暦年]	247.6億円 (R2年)	247.6億円 (R7年)	商業振興課
33	新たな販路開拓	営業力強化に向けた支援			総合計画	地域商社が取引を行った市内事業者数	56者 (R2年度)	86者 (R7年度)	商業振興課
					総合計画	地場事業者の製造品出荷額等[暦年]	4,457億円 (R2年)	4,457億円 (R7年)	

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B 1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上									
34	商店街等のデジタル化支援	商店街等のデジタル化支援	キャッシュレス化などのデジタル化の状況を把握する キャッシュレス化などのデジタル化につながるセミナー に参加する 商店街等の事業者のデジタル化が進む	商店街等のデジタル化が進み、商店街 等の経営力が強化される 商店街等の事業者の売上向上	総合計画 総合計画 総合計画	歩行者通行量（日曜） 商店街活性化プランの 策定数【累計】 長崎商工会議所及び商 工会による経営革新に 関する相談・指導件数	168,655人 (R2年度) 0件 (R2年度) 117件 (R元年度)	177,088人 (R7年度) 10件 (R7年度) 129件 (R7年度)	商業振興課
35	コミュニケーション力の向上 支援	インバウンド対応力強化に向けた 交流支援	地場企業等で働く人材の外国人観光客対応の課題を把握 する 外国人観光客へ対応する手法が増える	コミュニケーション力が向上すること で、稼ぐ力が向上している	総合計画	外国人旅行消費単価 【暦年】	54,740円 (R元年)	58,107円 (R7年)	産業雇用政策課
B 2 人手不足対策									
36	必要な人材の確保・育成	企業連携型奨学金返還支援制度の 創設・実施	奨学金返還を支援する企業が増える 奨学金返還を支援する企業を知る学生が増える 小中学生のシビックプライド醸成 就活に役立つ情報を知る人が増える 長崎の雇用関連の現状を知る人が増える 市内企業を知る人が増える 企業の新しい働き方に係る受入態勢の整備が進む など	地場事業者が働く世代から選ばれる職 場となっている 地場企業に就職の意向をもつ働く世代 が増えている	総合計画	市内高校卒業者の市内 就職率	57.8% (H28年度)	59.0% (R7年度)	産業雇用政策課
37	必要な人材の確保・育成	インターンシップを活用した人材 育成支援			総合計画	事業者への新卒採用状 況調査における求人数 に対する平均充足率	76.6% (H30年度)	80.0% (R7年度)	産業雇用政策課
38	必要な人材の確保・育成	小中学生向け職場見学会の実施			総合計画	事業者への新卒採用状 況調査におけるUIJ ターン就職者数	280人 (H28～R2年度 平均)	300人 (R7年度)	産業雇用政策課
39	必要な人材の確保・育成	SNS等を活用した地元で働く魅力 の発信			産業雇用政策課				
40	必要な人材の確保・育成	SNS等を活用した地元で働く魅力 の発信			産業雇用政策課				
41	必要な人材の確保・育成	メタバース空間を活用した情報発 信や企業と若者の交流イベントの 実施			産業雇用政策課				
42	必要な人材の確保・育成	将来の観光産業の担い手育成を 図る観光教育出前授業の実施			観光政策課				
43	必要な人材の確保・育成	企業に対する若者が魅力を感じる 新しい働き方の推進や採用・イン ターンシップ等の支援			産業雇用政策課				

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B2 人手不足対策									
44	必要な人材の確保・育成	民間人材による市内企業への人材獲得アドバイザー支援	地元企業が採用に関する様々なノウハウを身に付ける 移住相談の件数が増える 移住希望者の移住に関する不安が解消される 移住先候補地に長崎市が選ばれる 移住に伴う経済的負担が軽減される など	地場事業者が働く世代から選ばれる職場となっている 地場企業に就職の意向をもつ働く世代が増えている	総合計画	市内高校卒業者の市内就職率	57.8% (H28年度)	59.0% (R7年度)	産業雇用政策課
45	必要な人材の確保・育成	移住（二地域居住を含む。）支援の充実			総合計画	事業者への新卒採用状況調査における求人数に対する平均充足率	76.6% (H30年度)	80.0% (R7年度)	長崎創生推進室
46	必要な人材の確保・育成	都市部での合同企業面談会・移住相談会の実施			総合計画	事業者への新卒採用状況調査におけるUIJターン就職者数	280人 (H28～R2年度平均)	300人 (R7年度)	長崎創生推進室 産業雇用政策課
47	必要な人材の確保・育成	長崎での創業等を検討する長期滞在者に対する人的・経済的支援							長崎創生推進室
48	多様な人材の活躍促進	高度IT人材の受入促進	企業のIT人材の確保が図られている 潜在労働者の就労ニーズが顕在化する 女性従業員専用施設等が整備される 女性管理職の登用が進む 障害者雇用に取り組む地場企業が増える など	地場事業者が働く世代から選ばれる職場となっている 地場企業に就職の意向をもつ働く世代が増えている	まち・ひと	県内事業所における1人当たり月平均総実労働時間の対全国比（毎年の全国平均値を100%と仮定）	104.2% (H30年度)	100.0% (R6年度)	産業雇用政策課
49	多様な人材の活躍促進	潜在労働者の就労支援・促進			まち・ひと	県内事業所における1人当たり平均年次有給休暇取得率の対全国比（毎年の全国平均値を100%と仮定）	88.6% (H30年度)	100.0% (R6年度)	産業雇用政策課
50	多様な人材の活躍促進	職場環境の改善による女性の活躍促進			総合計画	市内高校卒業者の市内就職率	57.8% (H28年度)	59.0% (R7年度)	産業雇用政策課
51	多様な人材の活躍促進	リスキリング支援			総合計画	事業者への新卒採用状況調査における求人数に対する平均充足率	76.6% (H30年度)	80.0% (R7年度)	産業雇用政策課
52	多様な人材の活躍促進	障害者と企業のマッチングによる障害者の雇用促進							障害福祉課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B2 人手不足対策									
53	働く環境の整備 若者が魅力を感じる新しい働き方の推進に係るモデル事業者伴走支援	地場企業が若者(学生等)ニーズを把握している 福利厚生(有給休暇、通勤・住居手当等)が整備されている 多様な働き方(テレワーク、フレックスタイム、副業等)を実現するための柔軟な環境が提供されている 好事例をロールモデルとして横展開する など	地場事業者が働く世代から選ばれる職場となっている 地場企業に就職の意向をもつ働く世代が増えている	総合計画 総合計画 総合計画	市内高校卒業者の市内就職率 事業者への新卒採用状況調査における求人数に対する平均充足率 事業者への新卒採用状況調査におけるUIJターン就職者数	57.8% (H28年度) 76.6% (H30年度) 280人 (H28~R2年度平均)	59.0% (R7年度) 80.0% (R7年度) 300人 (R7年度)	産業雇用政策課	
54	生産性向上支援 (人手不足対応)	高度専門人材の育成・確保	地場事業者が経営資源を磨き、生産性を高めている	総合計画	市内製造業の付加価値額[暦年]	2,088億円 (R2年)	2,088億円 (R7年)	新産業推進課	
55	生産性向上支援 (人手不足対応)	デジタル化推進に係る設備投資支援						高度専門人材を確保できる企業が増える デジタル化に取り組む企業が増える	新産業推進課
B3 都市型水産業・農業の推進									
56	水産業・農業の担い手創出	高等教育機関等と連携した水産業への就業のきっかけづくり	水産業者が効率的で収益性の高い経営を行っている 農業者が安全・安心で新鮮な農産物を安定的に供給し、経営が安定している	総合計画	漁業生産量[暦年]	48,380 t (H28~30年平均)	50,799 t (R7年)	水産振興課	
57	水産業・農業の担い手創出	高等教育機関等と連携した水産業の専門的人材育成		総合計画	新規漁業就業者数	12人 (R元年度)	15人 (R7年度)	水産振興課	
58	水産業・農業の担い手創出	水産業における多様な働き方及び雇用型漁業の体制づくり		総合計画	平均漁業所得[暦年]	1,800千円 (H27~R元年平均)	1,944千円 (R7年)	水産振興課	
59	水産業・農業の担い手創出	新規就業者(漁業)に対する研修及び研修後のフォローアップ支援							水産振興課
60	水産業・農業の担い手創出	六次産業化に取り組む漁業者組織への活動支援							水産振興課
61	水産業・農業の担い手創出	水産業就業フェア・体験ツアーの実施							水産振興課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
B3 都市型水産業・農業の推進								
62	水産業・農業の担い手創出	関係機関が連携した就農相談及び情報発信の充実	水産業者が効率的で収益性の高い経営を行っている 農業研修の受講生が増加する 生産性が向上する	総合計画	1経営体当たりの農産物販売額	5,000千円(R2年度)	5,507千円(R7年度)	農林振興課
63	水産業・農業の担い手創出	お試し農業体験の実施		総合計画	認定新規就農者数	36人(R2年度)	58人(R7年度)	農林振興課
64	水産業・農業の担い手創出	中高年層に対する就農準備(研修)期間の支援		総合計画	長崎いちご販売量	450.0t(R2年度)	485.0t(R7年度)	農林振興課
65	水産業・農業の担い手創出	農業後継者における就農開始時の経営支援		総合計画	花き販売量	2,541千本(R2年度)	3,000千本(R7年度)	農林振興課
66	水産業・農業の担い手創出	基盤整備、圃場の環境整備及び就農後のフォローアップ支援		総合計画	長崎びわ「なつたより」販売量	45.0t(R2年度)	164.0t(R7年度)	農林振興課
67	農水産物の付加価値向上・販売力強化	水産物の出荷先の開拓、加工品への活用等の促進		総合計画	市内産の水産物販売額	46.7億円(R2年度)	60.7億円(R7年度)	水産振興課
68	農水産物の付加価値向上・販売力強化	魚の高度な処理方法の研究・試験・普及	水産物の品質が向上する 処理技術が向上する	総合計画	市内産水産物及び加工品購入率	49.2%(R2年度)	50.7%(R7年度)	水産振興課
69	農水産物の付加価値向上・販売力強化	農産物のみどり認定の推進	新しい水産物の販売が行われる 環境への負荷の低減が図られた農産物が増える	総合計画	市内産の農産物販売額	49.3億円(R2年度)	54.3億円(R7年度)	農林振興課
70	農水産物の付加価値向上・販売力強化	生産者と流通のマッチングやメディアへの露出促進		総合計画	市内産農産物及び加工品購入率	49.5%(R2年度)	50.2%(R7年度)	商業振興課
71	省力化・効率化の推進	水産業における最新の技術や機器等についての実証	新しい技術が開発される 新しい機器類の効果が確認、理解される 環境情報がリアルタイムに把握でき、効率的な養殖が可能となる 効率的な漁業生産が可能となる 農作業における一部の労働力が削減される 作業受託を行う農業者が増える	総合計画	平均漁業所得[暦年]	1,800千円(H27~R元年平均)	1,944千円(R7年)	水産振興課
72	省力化・効率化の推進	水産業における操業や養殖に関するデータの共有・活用による操業・育成指導		総合計画	機器等の導入件数	20件(R2年度)	30件(R7年度)	水産振興課
73	省力化・効率化の推進	施設園芸におけるスマート農業技術の導入		総合計画	ICT等を活用したスマート水産業の取組件数	1件(R2年度)	3件(R7年度)	農林振興課
74	省力化・効率化の推進	農業における作業受託組織の設立・運用		総合計画 農業振興計画	認定農業者の年間農業所得目標達成率 スマート農業機器の導入戸数[累計]	48.0%(R2年度) 5戸(R2年度)	50.0%(R7年度) 20戸(R7年度)	農林振興課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
B3 都市型水産業・農業の推進								
75	赤潮や自然災害に強い産地の育成	関係団体と連携した赤潮の監視や発生予測など防除体制の構築・新たな避難エリア検討	水産業者が効率的で収益性の高い経営を行っている 農業者が安全・安心で新鮮な農林産物を安定的に供給し、経営が安定している	総合計画	平均漁業所得[暦年]	1,800千円 (H27~R元年平均)	1,944千円 (R7年)	水産振興課
76	赤潮や自然災害に強い産地の育成	びわ産地における簡易ハウス設置及び補完作物の取組み推進		総合計画	認定農業者の年間農業所得目標達成率	48.0% (R2年度)	50.0% (R7年度)	農林振興課
				総合計画	長崎びわ「なつたより」販売量	45.0t (R2年度)	164.0t (R7年度)	
C1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出								
77	イノベーションコミュニティ活性化	デジタル、環境、海洋・ものづくり、生命科学、交流など成長分野ごとにコミュニティを形成	イノベーション創出に関する関心層が増える コミュニティが醸成される プロジェクトが創出される 県外企業と地場企業の繋がりができる 企業のワーケーション先として長崎市が認知される	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
78	イノベーションコミュニティ活性化	コミュニティ創出・育成・拡大イベントの実施		総合計画	創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (R元年度)	296人 (R7年度)	新産業推進課
79	イノベーションコミュニティ活性化	SNSを活用した情報発信						新産業推進課
80	イノベーションコミュニティ活性化	ワーケーションの制度導入を検討する企業の受入						長崎創生推進室
81	官民連携・新規事業プロジェクト創出	官民連携による新規事業を創出する仕組みの構築・運用	地場企業等が新規事業創出や新分野進出に向けた実証などに取り組んでいる 地場企業等が新規事業創出や新分野進出をしている	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
82	官民連携・新規事業プロジェクト創出	オープンイノベーション型の新たなビジネスモデル創出の支援(成長分野ごとに重点化)		総合計画	創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (R元年度)	296人 (R7年度)	新産業推進課
83	官民連携・新規事業プロジェクト創出	公共空間利活用を支援する仕組みづくりとまちに賑わいと活力を生み出すプレイヤーの育成						都市計画課ほか

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
C1 イノベーションを牽引するプロジェクト・スタートアップ創出									
84	イノベーション・グローバル人材育成	学生とスタートアップ起業家やグローバルに活躍する企業人との交流機会の創出	若者がセミナー、ワークショップを受講する 若者の視座が広がり、将来的な起業やグローバルに活躍することを意識している	将来的な起業やグローバルに活躍することを意識する若者が増加している イノベーション創出やグローバルに活躍する人材が増え、長崎に関わりを持っている	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数【累計】	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
					総合計画	創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (R元年度)	296人 (R7年度)	
85	スタートアップエコシステム強化	セミナー、実践的な起業プログラムの実施	潜在起業家や起業間もない方が参加する 起業家同士のネットワーク形成、必要な知識を取得 起業に向けた具体的な取組を開始する ビジネスアイデアがブラッシュアップされる	新たな産業活力が生まれ出す環境が構築され、イノベーションを牽引するスタートアップが生まれている 起業する機運が醸成されている	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数【累計】	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
86	スタートアップエコシステム強化	スタートアップ企業の実証事業サポート体制の構築、フィールドの提供等の実施	ビジネスアイデアがブラッシュアップされる 起業支援者同士のネットワーク構築	起業する機運が醸成されている アントレプレナーが創出されている	総合計画	創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (R元年度)	296人 (R7年度)	新産業推進課
C2 成長分野の強化									
87	成長産業の誘致	長崎県、長崎県産業振興財団と連携した企業誘致の推進	対象企業が長崎地域のポテンシャルに理解を深め、企業進出に関心を持つ	成長分野を中心に多様な産業構造が構築される 誘致企業と地場企業の協業による新規事業が創出される	総合計画	企業誘致に伴う新規雇用者数【累計】	291人 (R2年度)	1,791人 (R7年度)	新産業推進課
88	成長産業の誘致	研究開発型企業の立地推進	進出企業の雇用が確保される	成長分野を中心に多様な産業構造が構築される 誘致企業と地場企業の協業による新規事業が創出される	総合計画	企業立地件数(市外企業新設)【累計】	2件 (R2年度)	17件 (R7年度)	
89	企業の受入環境整備	企業立地用地の整備(為石浄水場跡地)	進出を検討する企業に具体的候補地として提示できる	成長分野を中心に多様な産業構造が構築される 誘致企業と地場企業の協業による新規事業が創出される	総合計画	企業誘致に伴う新規雇用者数【累計】	291人 (R2年度)	1,791人 (R7年度)	新産業推進課
90	企業の受入環境整備	新たな企業立地用地の候補地選定・整備着手			総合計画	企業立地件数(市外企業新設)【累計】	2件 (R2年度)	17件 (R7年度)	新産業推進課
91	企業の受入環境整備	住宅の供給量増加につながる都市計画制度等の運用			都市計画課 建築指導課				
92	デジタル産業の強化	高度専門人材の育成・確保	長崎に関心を持つ人が増える 企業の人材確保につながる デジタル分野の企業コミュニティが醸成される	働く世代を中心とした移住希望者が長崎市への移住を実現し、地域や企業を活性化させている 地場企業が産学官金や企業間で連携や協業関係を築きながら、新事業や新分野進出を進めている	総合計画	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	新産業推進課
93	デジタル産業の強化	研究開発型誘致企業と地場企業のマッチング			総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数【累計】	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
			総合計画	創業サポート長崎の支援による創業者数	221人 (R元年度)	296人 (R7年度)			

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
C2 成長分野の強化									
94	海洋産業の集積と育成支援	海洋産業の人材育成支援（資格取得等）	海洋産業人材が増える 成長分野への参入企業が増える	地場事業者が経営資源を磨き、生産性を高めている 地場事業者が新たな需要や販路を開拓している	総合計画	製造業の従業員1人あたりの付加価値額（従業員4人以上の事業所）[暦年]	1,974万円 (R2年)	1,974万円 (R7年)	新産業推進課
					総合計画	地場事業者の製造品出荷額等[暦年]	4,457億円 (R2年)	4,457億円 (R7年)	
95	生命科学関連産業の育成支援	医療・福祉機器等ものづくり検討会と連携した支援の取組み	医療分野のプロジェクトが創出される	地場企業が産学官金や企業間で連携や協業関係を築きながら、新事業や新分野進出を進めている	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
96	生命科学関連産業の育成支援	臨床現場と大学、地場企業をつなぐ仕組みの検討							新産業推進課
97	環境分野の地場企業振興	産学官連携による地域の脱炭素化に向けた取組推進	環境分野のイノベーション創出に関する関心層が増える 環境分野のコミュニティが醸成される 環境分野のプロジェクトが創出される	地場企業等が新規事業創出や環境分野進出に向けた実証などに取り組んでいる 地場企業等が環境分野へ進出している 地場企業が産学官金や企業間で連携や協業関係を築きながら、新事業や新分野進出を進めている	総合計画	地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数[累計]	1件 (R2年度)	11件 (R7年度)	新産業推進課
	98	環境分野の地場企業振興							市内企業の再生可能エネルギー分野への参入支援
99	地場製造業の育成支援とリーディング企業の発掘・育成	GXをはじめとした成長分野の新事業展開、設備投資、研究開発、新製品・サービス、ビジネスマッチング支援	成長分野への参入企業が増える	サプライチェーンが構築される 地場事業者が経営資源を磨き、生産性を高めている	総合計画	市内製造業の付加価値額[暦年]	2,088億円 (R2年)	2,088億円 (R7年)	新産業推進課
					総合計画	製造業の従業員1人あたりの付加価値額（従業員4人以上の事業所）[暦年]	1,974万円 (R2年)	1,974万円 (R7年)	
					総合計画	地場事業者の製造品出荷額等[暦年]	4,457億円 (R2年)	4,457億円 (R7年)	

■少子化対策プロジェクト成果指標シート

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
A1 結婚したい人を後押しする取組み								
1	交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化(出会いの場の創出)	結婚や妊娠の希望が実現している 結婚・妊娠・出産の希望がかなっている	まち・ひと	婚姻数[暦年]	1,872件 (H29年)	1,900件 (R6年)	長崎創生推進室
2	交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化(効果的なセミナー)		まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040件 (R6年)	
3	交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化(相談体制の構築)		総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	
4	交際・結婚支援	交際や結婚希望者に対する支援の強化(情報発信)						
5	結婚に対する機運の醸成等	結婚応援パスポート(仮)の制度設計・展開	結婚や妊娠の希望が実現している 結婚・妊娠・出産の希望がかなっている	まち・ひと	婚姻数[暦年]	1,872件 (H29年)	1,900件 (R6年)	長崎創生推進室
		結婚前のカップルが結婚応援パスポートを利用する(利用者が増える) 新婚の方が結婚応援パスポートを利用する(利用者が増える) 対象者以外の市民が結婚応援パスポートについて知る 若い世代が結婚について意識する 協賛企業・団体が増える	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040件 (R6年)		
A2・B1 妊娠・出産を応援する取組み								
6	妊産婦支援	産後ケアの充実(ショートステイ、デイケア、アウトリーチ)	子育てしやすいまちと思う割合が増えている 子育ての環境が充実している 移住者が増えている	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040件 (R6年)	子育てサポート課
7	妊産婦支援	妊娠期から出産期に係る経済的支援		総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	
		産婦が産後の心身の状態に応じたサポートが受けられる 子育て家庭の妊娠・出産に伴う経済的負担が軽減される 子育て家庭の出産に対する不安が軽減される		総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	
				総合計画	子育てしやすいまちと思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり								
8	子育て支援(経済) 第二子以降の保育料無償化	子育て世帯の経済的負担が軽減される 児童生徒の心身が健全に発達する 養育費に関する取決め数が増加する 養育費の継続した履行確保が図られる 子育てに優しいまちとして認識される	子育てしやすいまちと思う割合が増えている 子育ての環境が充実している ひとり親家庭が自立した生活を送っている	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	幼児課
9	子育て支援(経済) 小中学校給食費の無償化 ※R6は 物価高騰分について対応			総合計画	子ども(15歳未満)の 人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	健康教育課
10	子育て支援(経済) 保育所等副食費の無償化 ※R6は 物価高騰分について対応			総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	幼児課
11	子育て支援(経済) ひとり親家庭の養育費確保支援			総合計画	子育てしやすいまちと 思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	こども政策課
12	子育て支援(経済) 子育てに係る経済的支援							健康教育課 こども政策課 幼児課 子育てサポート課
13	子育て支援(精神) こども家庭センターの設置	子育て家庭が不安や悩みについて相談できる 子育て家庭が孤立しない 子育て家庭が身近な場所で相談でき、適切な支援が受けられる 子育て家庭の家事と育児の両立に伴う負担が軽減される 子育て家庭の育児疲れや育児不安が軽減される 子どもと向き合った保育が促進され、保育の質が向上する 病児・病後児保育受入施設数が増える	子育てしやすいまちと思う割合が増えている 子育ての環境が充実している 移住者が増えている	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	子育てサポート課 各総合事務所 地域福祉課
14	子育て支援(精神) 専門職による乳児家庭全戸訪問			総合計画	子ども(15歳未満)の 人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	子育てサポート課
15	子育て支援(精神) 子ども・子育て支援団体との連携 体制づくりの促進			総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	子育てサポート課
16	子育て支援(精神) 子育て世帯への訪問支援の充実			総合計画	子育てしやすいまちと 思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	子育てサポート課
17	子育て支援(精神) 乳児期家事代行サービスの助成							子育てサポート課
18	子育て支援(精神) 子育て短期支援の充実							子育てサポート課
19	子育て支援(精神) 病児・病後児保育受入施設数の 拡大							幼児課
20	子育て支援(精神) 保育士の処遇改善(保育の質の 向上)					幼児課		

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
A3・B2 子育てしやすい環境・雰囲気づくり									
21	情報発信	少子化対策に係る情報発信(結婚、妊娠・出産、子育て期等)	長崎市の少子化対策の取組みが市民に認知される 結婚や子育てのイメージが向上する 子育てに関して必要な情報が届く子育て家庭が増える 子育て家庭が近くの子育て施設を簡単に検索できる 子育て家庭がアプリから面談や教室の予約ができる 子育て家庭がイーカオサポーターのサポートを利用する 子育てを応援する企業・団体が増える イーカオでの情報収集が増える 市の情報発信に関心を持つ子ども・子育て家庭が増える	婚姻数が増える 若い世代の転出が減少し、転入が増加する 子どもの数が増える(出生数・転入者数) 子育てしやすいまちになっている 子育て支援施策の情報が届けたい相手に届き、子育てしやすいまちと実感する 移住者が増えている	まち・ひと 総合計画 総合計画 まち・ひと 総合計画	出生数[暦年] 子ども(15歳未満)の人口[暦年] 移住者数 子育てしやすいまちと 思う割合	2,999人 (H30年) 47,718人 (R2年) 344人 (R2年度) 50.4% (R2年度)	3,040人 (R6年) 45,904人 (R7年) 350人 (R7年度) 60.0% (R7年度)	長崎創生推進室 子育てサポート課 こども政策課
23	民間企業等と連携した環境づくり	民間と連携した子どもの遊び場の確保(子育て家庭等に喜ばれる公園等)		まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	土木企画課	
24	民間企業等と連携した環境づくり	子ども食堂支援	まちの賑わいが生まれる 子どもが公園で遊ぶ 親も公園で憩える 市民が公園を安全・安心で快適に利用できる こどもの居場所が増える 子育てを応援する企業・団体が増える	子どもの数が増える(出生数・転入者数) 移住者が増えている 子育てしやすいまちになっている 結婚や妊娠の希望が実現している 子育て環境が充実している	総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	こども政策課
25	民間企業等と連携した環境づくり	子育て応援企業の認定		総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	長崎創生推進室	
26	民間企業等と連携した環境づくり	イーカオサポーター認定による子育て応援取組の充実		総合計画	子育てしやすいまちと 思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	こども政策課	
B3 長崎市ならではの教育の充実									
27	学びの支援	学習eポータル及びAI型教材(Qubena)の導入		まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	教育研究所	
28	学びの支援	最新のテクノロジー(VR・ARや3Dプリンタ、プログラミングなど)に触れる場の創出	「Qubena」を活用する機会が増える 「Qubena」活用を効果を実感する児童生徒と教職員の割合が増える テクノロジーを学びたい子どもたちのニーズが充足される IT人材が育っている テクノロジーに関心を持つ子どもが増える	子どもの数が増える(出生数・転入者数) 長崎市に住み続けた優秀な人材が活躍する 若者に選ばれる魅力的なまちになっている 移住者が増えている	総合計画 総合計画 まち・ひと 総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年] 移住者数 子育てしやすいまちと 思う割合	47,718人 (R2年) 344人 (R2年度) 50.4% (R2年度)	45,904人 (R7年) 350人 (R7年度) 60.0% (R7年度)	DX推進課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属
				計画名	成果指標	基準値	目標値	
B3 長崎市ならではの教育の充実								
29	長崎のまちを支える担い手の育成 「ながさきの魅力」発見・発信学習等の実施	長崎の歴史や魅力がわかる児童生徒が増える 地域の歴史遺構の見学や住民との交流を通して、郷土愛をもった児童生徒が増える	子どもの数が増える(出生数・転入者数) 移住者が増えている	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	学校教育課
30	長崎のまちを支える担い手の育成 県外の中学校との生徒会リーダー交流会の実施	長崎がもつ世界的な価値や魅力を発信できる児童生徒が増える いわき市のことを学ぶことで長崎を見つめなおす機会が増える		総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	学校教育課
31	長崎のまちを支える担い手の育成 将来の観光産業の担い手育成を図る観光教育出前授業の実施	長崎を愛し誇りに思う生徒が増える 体験や学んだことを広く発信することで、キャリア形成に必要な能力が高まる生徒が増える 平和の大切さや命の大切さについて学ぶ機会が増える		総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	観光政策課 (学校教育課)
32	グローバル教育の充実 中学校平和Englishリーダーの育成	英語で平和を発信するといった長崎ならではの学びが広がる 海外の文化を体験することで長崎を見つめなおす機会となる 現地での交流などを通して海外の文化について学び、グローバルな視点をもつ生徒が増える 参加者への憧れを抱き、自分も参加したいという意欲をもつ生徒が増える	子どもの数が増える(出生数・転入者数) 移住者が増えている	まち・ひと	出生数[暦年]	2,999人 (H30年)	3,040人 (R6年)	学校教育課
33	誰ひとり取り残さない不登校支援 学びの支援センター・校内別室による支援	別室登校の児童生徒の支援件数が増える 家庭への支援の対応件数が増える メタバース登校により学ぶ機会やつながる機会が増える 不登校児童生徒の学びの選択肢が広がる		総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	教育研究所
	34			誰ひとり取り残さない不登校支援 アウトリーチ型支援の充実(SSWの増員)	総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)
35	誰ひとり取り残さない不登校支援 仮想空間(メタバース)を活用した登校支援		総合計画	子ども(15歳未満)の人口[暦年]	47,718人 (R2年)	45,904人 (R7年)	教育研究所	
36	誰ひとり取り残さない不登校支援 学びの多様化学校の設置		総合計画	子育てしやすいまちと 思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	教育研究所	

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属		
				計画名	成果指標	基準値	目標値			
A4・B4 若い世代・子育て世帯への住まいの支援										
37	住まいの支援	市街化調整区域における開発許可基準の見直しによる住宅用地の供給の促進	住宅団地開発許可の申請数が増加する 住宅団地開発許可の申請に係る検討者数が増加する 協力認定事業者において賃貸住宅が供給される 空き家の流通促進に向けた取組みが継続的に実施され、その仕組みが構築される 住まいに関する相談支援体制が構築される 入居を希望する子育て世帯を受け入れることができる数の市営住宅が供給される 補助事業が利用され、若い世代・子育て世帯が長崎市に住んでいる	若い世代・子育て世帯に向けた住宅が増えている 若い世代・子育て世帯の市外流出が抑制されている 若い世代・子育て世帯の市内流入が促進されている 移住者が増えている	総合計画 まち・ひと	移住者数	344人 (R2年度)	350人 (R7年度)	住宅政策室	
38	住まいの支援	住みよかプロジェクト協力認定制度(民間連携手法)を用いた住宅に関する地域課題の解決			総合計画	子育てしやすいまちと 思う割合	50.4% (R2年度)	60.0% (R7年度)	住宅政策室	
39	住まいの支援	住みよかプロジェクト協力認定制度(民間連携手法)等を用いた空き家の流通促進による住宅の供給の促進								住宅政策室
40	住まいの支援	若い世代・子育て世帯に向けた住まいに関する相談支援								住宅政策室
41	住まいの支援	市営住宅余剰地を活用した若い世代・子育て世帯に向けた住宅の供給の促進								住宅政策室
42	住まいの支援	市営住宅を活用した子育て世帯に向けた住戸改修								住宅政策室
43	住まいの支援	市営住宅を活用した子育て世帯に向けた住環境の整備								住宅政策室
44	住まいの支援	若い世代・子育て世帯に向けた住まいに関する経済的支援								住宅政策室

■新市役所創造プロジェクト成果指標シート

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属		
				計画名	成果指標	基準値	目標値			
A1 人材獲得		エンゲージメントスコアの向上 職員採用試験受験倍率(全職種)の向上 離職率(普通退職)の低減 月平均時間外勤務時間数の縮減 時間外勤務上限時間(年間360時間)超過率の縮減 年次休暇取得率(日数)の向上 男性職員の育児休業取得率の向上 管理職の女性比率(事務職)の向上	自発的に自己力を高め、ひとのつながりを創り、市民のために動く職員(職場)を育成する 行政のデジタル化により、市民の利便性向上と業務の効率化を図る							
1	採用情報のPR強化			効果的な媒体による採用情報の積極的PR	総合計画	時間外勤務上限となる年間360時間以下で従事できた職員数	90% (R元年度)	100% (R7年度)	人事課	
2	採用試験の実施方法等の見直し			採用試験の受験年齢の拡大	総合計画	年間の年次休暇の平均取得日数[暦年]	11.1日 (R元年)	15日 (R7年)	人事課	
3	採用試験の実施方法等の見直し			採用試験における民間等経験者枠の刷新					人事課	
4	専門人材の積極的な獲得			民間企業からの外部人材確保・人事交流の推進					人事課	
A2 人材育成										
5	職員研修制度の全般的な見直し			研修制度全般の見直し	総合計画	時間外勤務上限となる年間360時間以下で従事できた職員数	90% (R元年度)	100% (R7年度)	職員研修所	
6	管理監督職のマネジメント力向上対策			外部講師による新任係長研修の実施	総合計画	年間の年次休暇の平均取得日数[暦年]	11.1日 (R元年)	15日 (R7年)	職員研修所	
7	職場での人材育成の充実			外部講師によるキャリアデザイン研修の実施					職員研修所	
8	デジタル人材の育成			全職員のデジタルリテラシー研修					DX推進課	
9	デジタル人材の育成			デジタル推進人材の育成					DX推進課	
10	デジタル人材の育成	データ利活用人材の育成【B1へ再掲】					DX推進課			
11	デジタル人材の育成	外部講師による管理職員向けDX講演					DX推進課			

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
A3 職員の配置・処遇		<p>エンゲージメントスコアの向上 職員採用試験受験倍率（全職種）の向上 離職率（普通退職）の低減 月平均時間外勤務時間数の縮減 時間外勤務上限時間（年間360時間）超過率の縮減 年次休暇取得率（日数）の向上 男性職員の育児休業取得率の向上 管理職の女性比率（事務職）の向上</p>	<p>自発的に自己力を高め、ひとのつながりを創り、市民のために動く職員（職場）を育成する 行政のデジタル化により、市民の利便性向上と業務の効率化を図る</p>						
12	新たな人材登用の仕組みの構築			新たな人材登用制度の導入	総合計画	時間外勤務上限となる年間360時間以下で従事できた職員数	90% (R元年度)	100% (R7年度)	人事課
13	人事評価制度の積極的な活用			人事評価制度運用の充実	総合計画	年間の年次休暇の平均取得日数[暦年]	11.1日 (R元年)	15日 (R7年)	人事課
14	定年引上げを踏まえた適正配置			定年延長を踏まえた対象職員の適正配置					人事課
15	現場へのデジタル化支援とデジタル推進人材の効果的な配置			情報部門職員による支援の強化					DX推進課
16	現場へのデジタル化支援とデジタル推進人材の効果的な配置			デジタル推進人材の効果的な配置					人事課 DX推進課
A4 職場環境の整備									
17	ホワイト・ワークチャレンジの推進	ホワイト・ワークチャレンジの推進	総合計画	時間外勤務上限となる年間360時間以下で従事できた職員数	90% (R元年度)	100% (R7年度)	行政体制整備室		
18	職員のエンゲージメント向上対策	エンゲージメント調査及び職場改善支援事業の本格実施	総合計画	年間の年次休暇の平均取得日数[暦年]	11.1日 (R元年)	15日 (R7年)	人事課		
19	職員のワークライフバランスの推進	時間外勤務の縮減、年次休暇の取得促進、育児休業取得の推進など職員のワークライフバランスの実現にむけた取組みの実施					人事課		

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
A 4 職場環境の整備									
20	新たなデジタル技術の活用とデジタル環境の整備	出先機関のWi-Fi環境の段階的整備	ペーパーレス会議等利用促進 多様で効率的かつ柔軟な働き方の促進 デジタルツールを活用した業務の効率化・高度化	行政のデジタル化により、市民の利便性向上と業務の効率化を図る	総合計画	時間外勤務上限となる年間360時間以下で従事できた職員数	90% (R元年度)	100% (R7年度)	情報統計課
21	新たなデジタル技術の活用とデジタル環境の整備	職員一人一台のノートパソコンの配置			総合計画	年間の年次休暇の平均取得日数[暦年]	11.1日 (R元年)	15日 (R7年)	情報統計課
22	新たなデジタル技術の活用とデジタル環境の整備	生成AI (チャットGPT等) の導入【B1へ再掲】			DX推進課				
23	新たなデジタル技術の活用とデジタル環境の整備	AI技術 (AIチャットボット等) の活用【B1へ再掲】			DX推進課				
B 1 市民サービスの最適化									
24	デジタル技術やデータの効果的な利活用	生成AI (チャットGPT等) の導入【A4から再掲】	-						DX推進課
25	デジタル技術やデータの効果的な利活用	AI技術 (AIチャットボット等) の活用【A4から再掲】	-						DX推進課
26	デジタル技術やデータの効果的な利活用	データ利活用人材の育成【A2から再掲】	-						DX推進課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属				
				計画名	成果指標	基準値	目標値					
B 1 市民サービスの最適化												
27	デジタル技術やデータの効果的な利活用	データ利活用に係るICT環境の整備	データの有効活用 DX施策の着実な推進 デジタルツールを活用した業務の効率化、市民サービスの向上	行政のデジタル化により、市民の利便性向上と業務の効率化を図る	総合計画	行政手続きのオンライン化目標の達成率	42.3% (R元年度)	100% (R7年度)	DX推進課			
28	デジタル技術やデータの効果的な利活用	データ利活用に係る仕組みの構築					総合計画	公開したオープンデータセット数		15件 (R元年度)	150件 (R7年度)	DX推進課
29	デジタル技術やデータの効果的な利活用	外部専門家を活用した長崎市DX推進計画の見直し								DX推進課		
30	デジタル技術やデータの効果的な利活用	公金支払方法のキャッシュレス化推進(オンライン)									DX推進課	
31	デジタル技術やデータの効果的な利活用	公金支払方法のキャッシュレス化推進(窓口)										
32	ゼロカーボンシティ長崎の実現	「歴史文化」×「夜景観光」×「脱炭素」が融合した長崎市版サステナブルツーリズムの世界発信(脱炭素先行地域づくりの推進)	総合計画	市役所から排出される温室効果ガスの排出量	73,096 t (R元年度)	55,347 t (R7年度)			ゼロカーボンシティ推進室			
33	ゼロカーボンシティ長崎の実現	民間活力及び連携による公共施設への再エネ、省エネ、蓄エネ導入(PPA事業、LED化など)					地球温暖化対策の取組みを進める 再生可能エネルギーの地産地消の推進 と地域活性化を図る	ゼロカーボンシティ推進室				
34	ゼロカーボンシティ長崎の実現	(株)ながさきサステナエナジーからのながさきエコライフ基金への寄付【B2へ再掲】								ゼロカーボンシティ推進室		
35	ゼロカーボンシティ長崎の実現	リユース事業の拡大									総合計画	1人1日当たりのごみ排出量

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B 1 市民サービスの最適化									
36	これまでの行政経営の在り方の見直し	新たな行政経営プランの策定	人員体制の適正化 財政の健全化 行政サービスの向上	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う	総合計画 総合計画 総合計画	「基準値からの傾向」が目標値に対して近づいている基本施策の成果指標の割合 財政運営のための基金残高が標準財政規模に占める割合 未収金額	— 19.89% (R元年度) 48.7億円 (R2年度)	100% (R7年度) 11.25%以上 (R7年度) 30.2億円 (R7年度)	行政体制整備室
37	改善を導き出す施策評価の実施	変化が激しい時代に対応した施策評価の実施	改善型評価の実施による新たな取組みの創出、取組方針等の見直し 職員の政策形成能力の向上 事務事業の適正化 施策評価の評価者・被評価者の相互理解 市民への説明責任の確保	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う	総合計画	「基準値からの傾向」が目標値に対して近づいている基本施策の成果指標の割合	—	100% (R7年度)	都市経営室
38	官民連携の推進	PPP/PFI、パークPFI及び包括連携協定等の官民連携による取組みの推進	民間の資金、経営能力及び技術的能力の活用による行政コストの削減 民間の資金、経営能力及び技術的能力の活用による市民サービスの向上 民間事業者等新しいビジネスモデルの実証・確立	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う 産学官金や企業間の連携による新事業の創出や新分野への進出を促す	総合計画	「基準値からの傾向」が目標値に対して近づいている基本施策の成果指標の割合	—	100% (R7年度)	都市経営室 資産経営課 行政体制整備室
39	官民連携の推進	維持管理業務（保守点検・維持管理・修繕）の包括委託の導入	施設管理の質の統一や向上を図る 業務の効率化	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う	総合計画	基本施策の成果指標目標達成率	94.2% (R元年度)	100% (R7年度)	資産経営課
40	公共施設の適正配置	公共施設マネジメントの推進	公共施設の更新・改修コストの削減	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う	総合計画	基本施策の成果指標目標達成率	94.2% (R元年度)	100% (R7年度)	資産経営課

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B2 財政運営の健全化									
41	個人版ふるさと納税の充実	クラウドファンディング型ふるさと納税の活用	新たな寄付や継続的な寄付につながる 財源確保につながる 長崎市の現状に共感する人が増える 長崎市の魅力に気づく	効果的かつ効率的で健全な行財政運営を行う	総合計画	財政運営のための基金 残高が標準財政規模に 占める割合	19.89% (R元年度)	11.25%以上 (R7年度)	商業振興課
42	個人版ふるさと納税の充実	観光商品などの返礼品の充実による 個人版ふるさと納税の寄付拡大	返礼品が充実する 新たな寄付や継続的な寄付につながる 財源確保につながる 長崎の魅力が伝わる 長崎市を訪れる人が増える 関係人口が増える						商業振興課
43	企業版ふるさと納税の積極的な アプローチ	積極的なアプローチによる企業版 ふるさと納税の寄付拡大	新たな寄付や継続的な寄付につながる 財源確保につながる 企業のPRにつながる 企業が税制上の優遇措置を受けることができる						商業振興課
44	受益者負担の適 正化	使用料や手数料の受益者負担の見 直し	公平性の確保 今後の見直し業務の効率化 使用料・手数料収入の増	効果的かつ効率的で健全な行財政運営 を行う	総合計画	財政運営のための基金 残高が標準財政規模に 占める割合	19.89% (R元年度)	11.25%以上 (R7年度)	財政課
45	施設等を活用し た財源確保策	ネーミングライツや広告等の募集	新たな財源確保	効果的かつ効率的で健全な行財政運営 を行う	総合計画	財政運営のための基金 残高が標準財政規模に 占める割合	19.89% (R元年度)	11.25%以上 (R7年度)	資産経営課 庁舎管理課
46	施設等を活用し た財源確保策	(株)ながさきサステナエナジー からのながさきエコライフ基金への 寄付【B1から再掲】	-						ゼロカーボン シティ推進室
47	徴収率向上に向 けた取組み	徴収一元化債権の効果的回収に向 けた収納・徴収事務の包括的委託	徴収体制の効率化 所属全体のスキル向上 徴収率向上・未収金縮減	効果的かつ効率的で健全な行財政運営 を行う	総合計画	財政運営のための基金 残高が標準財政規模に 占める割合	19.89% (R元年度)	11.25%以上 (R7年度)	収納課
48	徴収率向上に向 けた取組み	専門性向上のための徴収体制の見 直しや職員研修の実施			総合計画	未収金額	48.7億円 (R2年度)	30.2億円 (R7年度)	収納課 職員研修所
49	徴収率向上に向 けた取組み	回収困難債権の収納事務委託	民間のノウハウを活用した所管課の事務効率化 未収金縮減						

取組方針	取組内容	中長期的に目指す成果への貢献 (短期的に目指すもの)	中長期的に目指す成果	成果指標				担当所属	
				計画名	成果指標	基準値	目標値		
B3 市民との対話と協働の充実									
50	「シンナガサキ みーていんぐ」 による多様な意見聴取	「シンナガサキみーていんぐ」の 開催	幅広い世代の方が市長と双方向の対話を行う 市長と地域住民の交流 地域の実情、市民ニーズ等の把握 市政の情報を市民に直接伝えることができる	市民の声を聴き、市政に反映する	総合計画	市政に興味や関心があり、 参画したいと考えている市民の割合	50.6% (R3年度)	55.0% (R7年度)	広報広聴課
51	分かりやすい情報 の発信	長崎市公式ホームページの リニューアル	市政情報を入手しやすくなる (アクセス数が増える) 市政の情報に興味を持つ人が増える 市政(イベント等含む)に参加する人が増える 市の魅力を発見する人が増える	市民等に必要な情報をわかりやすく効果的に伝える	総合計画	市政情報の発信に満足している市民の割合	68.9% (R2年度)	75.0% (R7年度)	広報広聴課
52	分かりやすい情報 の発信	長崎市公式LINEのリニューアル	LINE友達数の増加により市政情報を多くの方に届けやすくなる						広報広聴課
53	分かりやすい情報 の発信	シティプロモーションの刷新							広報広聴課
54	地域におけるまちづくりの推進	市職員の地域活動休暇(特別休暇)の創設	地域活動休暇取得率の向上	市民が主体的に参画するまちづくりを進める	総合計画	地域活動や市民活動への参加意向割合	85.2% (R2年度)	87.7% (R7年度)	人事課
55	地域におけるまちづくりの推進	民間事業者による休暇制度創設等を促進するながさき型地域貢献企業等認定事業の創設	現役世代の地域活動への参加機会創出		総合計画	自治会加入率	67.6% (R2年度)	70.0% (R7年度)	自治振興課
56	地域におけるまちづくりの推進	地域活動プロモーション事業の展開	地域活動参画の意識情勢		自治振興課				
57	地域におけるまちづくりの推進	デジタル化支援による地域活動の充実	地域活動におけるICTの活用促進		自治振興課				
58	地域におけるまちづくりの推進	クラウドファンディング型ふるさと納税を活用した地域活動推進事業の実施	地域資源の顕在化等による地域活動の活性化		自治振興課				
59	人権尊重とジェンダー平等の意識の醸成	人権と男女共同参画に関する市民への啓発の推進	人権意識の向上 相談窓口の認知度の向上 女性の活躍推進 講座受講者の増加	人権啓発を推進する 人権侵害から市民を守る 男女共同参画に関する意識の醸成を図る	総合計画	この1年間に人権に関していやな思いをしたり、不当な扱いを受けたことがない市民の割合	74.3% (H28~R2年度平均)	75.0% (R7年度)	人権男女共同参画室
					総合計画	社会全体で見ると男女平等であると感じている市民の割合	27.7% (H28~R2年度平均)	30.5% (R7年度)	